

## Pengembangan UMKM Melalui Desain Kemasan, Label, dan Pendaftaran Merek Dagang

**Eka Yuli Astuti Fadhilah<sup>1</sup> Rahma Fadhilah<sup>2</sup> Yessa Meidina Putri<sup>3</sup> Ayu Sri Anjani<sup>4</sup>  
Zahratul Azkia<sup>5</sup> Alfiyah Nurul Hasanah<sup>6</sup> Silvi Intan Saharani<sup>7</sup> Silva Fauziah<sup>8</sup> Cucu  
Sintawati<sup>9</sup> Indra Lesmana<sup>10</sup>**

Universitas Islam Nusantara, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat, Indonesia<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9,10</sup>

Email: [ekayuliastut2022@gmail.com](mailto:ekayuliastut2022@gmail.com)<sup>1</sup>

### **Abstract**

*The MSME sector plays an important role in the development of the national and regional economy. MSMEs can increase income, reduce unemployment rates in villages and can increase entrepreneurial experience. Mekarsari Village has a variety of MSMEs which have great potential to improve community welfare. However, the problem faced by MSME in Mekarsari Village is a lack of knowledge about creating packaging designs, labels and registering trademarks to protect intellectual property rights. The aim of this service is to provide assistance in creating and updating packaging and labels so that the products produced are more attractive and have a higher selling price, as well as providing knowledge about how to register trademarks so they can compete with competitors. The methods used in this service are direct observation, interviews and discussions and implementation. The results obtained from this service are the creation of understanding among MSME players in Mekarsari village about how to make packaging and labels so that the products produced are more innovative. This service also increases the legal awareness of the MSME community regarding the importance of registering trademarks and how to register these brands.*

**Keywords:** Development, MSME, Design, Packaging, Labels, Trademarks

### **Abstrak**

Sektor UMKM berperan penting dalam pengembangan perekonomian nasional maupun perekonomian daerah, UMKM dapat meningkatkan pendapatan, memperkecil angka pengangguran di desa serta dapat meningkatkan pengalaman berwirausaha. Desa Mekarsari ini memiliki beragam UMKM yang sangat berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Mekarsari adalah kurangnya pengetahuan tentang membuat design kemasan, label, dan pendaftaran merek dagang untuk melindungi hak kekayaan intelektual. Tujuan dari pengabdian ini adalah memberikan pendampingan pembuatan serta pembaharuan kemasan dan label agar produk yang dihasilkan lebih menarik dan memiliki harga jual yang lebih tinggi, serta memberikan pengetahuan tentang cara mendaftarkan merek dagang agar dapat bersaing dengan kompetitor. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah observasi secara langsung, wawancara dan diskusi serta implementasi. Hasil yang diperoleh dari pengabdian ini adalah terciptanya pemahaman para pelaku UMKM di desa Mekarsari tentang cara pembuatan kemasan dan label sehingga produk yang dihasilkan lebih inovatif. Pengabdian ini juga meningkatkan kesadaran hukum masyarakat pelaku UMKM akan pentingnya pendaftaran merek dagang serta bagaimana cara mendaftarkan merk tersebut.

**Kata Kunci:** Pengembangan, UMKM, Design, Kemasan, Label, Merek Dagang



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, kecil, dan menengah memainkan peran penting dalam perkembangan ekonomi suatu Negara. Di Indonesia sendiri, Sektor UMKM kontribusinya terhadap perekonomian sudah tidak diragukan lagi. Peranan kelompok bisnis kecil dalam produksi, penyedia lapangan kerja, pemerataan pendapatan, hingga ekspor sangat penting untuk ekonomi Indonesia. Di Indonesia, definisi UMKM Menurut Undang-Undang Republik Indonesia

Nomor 20 Tahun 2008, UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

Persaingan produk dari UMKM terutama dalam bidang makanan sangat ketat. Hal ini semakin menjadikan para pelaku UMKM harus mampu mengatur starteginya dalam meningkatkan jenis usahanya. Untuk dapat unggul dalam persaingan, pelaku UMKM perlu berbenah dalam mengelola kemasan produk yang dihasilkan agar lebih menarik minat konsumen. Kemasan (packging) dapat dikatakan sebagai salah satu ujung tombak penjualan suatu produk. Kemasan memiliki peran penting yang dapat membuat para konsumen melakukan pengambilan keputusan dalam pembelian terhadap produk. Dimana tampilan luar yang berupa pencantuman label dari kemasan menjadi hal penting bagi konsumen. Dalam membuat desain label dan kemasan tidak hanya berhubungan dengan warna dasar yang akan digunakan saja, akan tetapi juga dari desain dan informasi yang dimuat beserta dengan kemasan produk tersebut. Oleh karena itu, pelaku UMKM harus memiliki pemikiran mengenai pencantuman label yang berupa segala informasi dari produk tersebut dapat tersampaikan dengan baik kepada para konsumen (Pramita et al., 2022)

Pengembangan produk UMKM melalui design kemasan, label dan pendaftaran merek dagang merupakan upaya untuk menambah nilai maksimal bagi konsumen dan meningkatkan daya saing terhadap kompetitor. Penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan yang kreatif dan efektif dapat meningkatkan persepsi merek dan minat pelanggan serta meningkatkan penjualan (Suryawardani, 2021), dan Label produk adalah identitas dari sebuah produk yang akan dijual. Label ini dapat membantu pelanggan memilih produk dan menjadi penguat merek perusahaan dalam industri yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, label sangat penting untuk membuat produk dikenal oleh masyarakat umum (R, 2020), serta pendaftaran merek dagang bisa meningkatkan kepercayaan konsumen, dengan terdaftarnya merek maka akan menjamin legalitas dan keasliannya dan bisa membangun identitas bisnis yang kuat dan membedakan diri dari pesaing (Widjaja, 2024).

Desa Mekarsari merupakan salah satu dari 13 desa yang terletak di Kecamatan Pacet, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat. Desa Mekarsari merupakan desa yang memiliki potensi besar di bidang ekonomi karena sebagian besar mata pencaharian masyarakat di desa mekarsari yaitu perdagangan. Oleh karena itu, Di desa Mekarsari, terdapat banyak pelaku Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM). Dengan banyaknya jumlah pelaku UMKM yang ada di desa Mekarsari menunjukkan bahwa peran UMKM desa yang sangat berpengaruh dalam sector perekonomian masyarakat khususnya di desa Mekarsari. UMKM yang ada di desa Mekarsari cukup beragam, seperti UMKM Gorden, *Souvenir* Kaca, Tirai Bambu, Bioflok, Sistik, Rengginang, Keripik Singkong, dan lain sebagainya. Namun, dibalik potensi yang besar ini dan berdasarkan hasil observasi yang di lakukan terdapat beberapa permasalahan atau tantangan yang kami temukan diantaranya adalah kurangnya kesadaran hukum pelaku UMKM mengenai pentingnya pendaftaran merek dagang, pengemasan yang kurang menarik, dan belum adanya

label yang tercantum dalam kemasan produk tersebut. Berdasarkan permasalahan tersebut maka mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) Universitas Islam Nusantara 2024 kelompok 19 berupaya memberikan solusi atas permasalahan tersebut dengan cara melakukan kegiatan “Penyuluhan dan Sosialisasi Pengembangan Produk UMKM Melalui Design Kemasan, Label, dan Pendaftaran Merek Dagang”.

### **METODE PENGABDIAN**

Dalam rangka program Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) di Universitas Islam Nusantara Bandung, kelompok 19 yang terdiri dari 19 mahasiswa dari berbagai Program Studi. Kami menjalankan program pengabdian masyarakat di Desa Mekarsari, Kecamatan Pacet, Kabupaten Bandung. Program ini dilaksanakan dalam rentang waktu dari bulan Agustus hingga September tahun 2024. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah memberikan penyuluhan dan sosialisasi kepada para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan masyarakat umum yang berminat Meningkatkan Pemahaman UMKM Tentang Pentingnya Desain Kemasan dan Label Produk dan Meningkatkan Pengetahuan UMKM Tentang Legalitas Merek Dagang yang kuat di sekitar wilayah Desa Mekarsari. Melalui kegiatan ini, diharapkan tercipta inovasi dalam proses pembuatan produk barang jadi yang dapat mendukung perkembangan dan pemanfaatan potensi pengembangan produk UMKM di wilayah tersebut.

Metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh gambaran yang mendalam mengenai pelaksanaan penyuluhan dan sosialisasi serta dampaknya terhadap pengembangan produk dan pendaftaran merek dagang UMKM di Desa Mekarsari. Subjek pelaksanaan meliputi para pelaku UMKM di Desa Mekarsari yang mengikuti kegiatan penyuluhan dan sosialisasi dengan mendatangkan narasumber yang ahli pada bidangnya. Tahapan yang dijalani tim KKN-T dalam mencapai program ini adalah sebagai berikut:

Pada langkah awal, tim KKN-T melakukan pertemuan dengan perangkat desa dan kader desa untuk mendapatkan informasi tentang pelaku UMKM yang terdaftar di Desa Mekarsari. Selanjutnya, tim melakukan penelitian dengan berdiskusi bersama pelaku UMKM untuk memahami situasi dan masalah yang dihadapi oleh mereka. Langkah berikutnya, tim memberikan penyuluhan dan sosialisasi kepada pelaku UMKM tentang Pengembangan Produk UMKM Melalui Desain Kemasan, Label dan Pendaftaran Merek Dagang. Langkah terakhir, tim memberikan pendampingan dan pelatihan kepada pelaku UMKM dalam melakukan upgrade packaging menjadi lebih menarik dengan memberikan sebuah logo, label usaha serta mendaftarkan merek dagang. Melalui kegiatan pengabdian ini, mahasiswa berusaha membantu para pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha mereka dengan memanfaatkan potensi digital, inovasi dan perlindungan hukum merek pada produk guna meningkatkan daya persaingan dan efisiensi pada dunia bisnis.

### **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada tanggal 30 Agustus 2024, telah diadakan kegiatan penyuluhan dan sosialisasi dengan tema "Pengembangan Produk UMKM Melalui Desain Kemasan, Label dan Pendaftaran Merek Dagang" di Gor Desa Mekarsari. Kegiatan tersebut dimulai pukul 09.00 dan berlangsung selama 4 jam hingga pukul 13.00 WIB. Peserta kegiatan terdiri dari mahasiswa, pelaku UMKM, dan pegawai desa Mekarsari. Dalam acara tersebut, terdapat 2 narasumber, yaitu Bapak Thoriq Nurmubin, S.E sebagai pemateri pengembangan produk UMKM melalui desain dan label kemasan dan Ibu Dr. Happy Yulia A, S.H., M.kn., M.H sebagai pemateri pendaftaran merek dagang. Langkah pertama dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat adalah memberikan paparan tentang penyuluhan dan sosialisasi branding dalam kemajuan kegiatan

UMKM. Tujuan dari penyuluhan dan sosialisasi ini adalah untuk mempertahankan tingkat jangkauan dan kesadaran merek bagi calon pembeli terhadap produk yang ditawarkan oleh UMKM. Saat ini, UMKM cenderung lebih fokus pada kegiatan perdagangan dari pada kegiatan branding, padahal keduanya memiliki nilai dan manfaat yang sama pentingnya (Kotler, P., & Keller, 2019). Dalam materi penyuluhan dan sosialisasi, dijelaskan bahwa dengan adanya desain, label pada kemasan ditambah dengan kuatnya merek dagang akan meningkatkan value branding sangat krusial dalam berusaha karena dapat meyakinkan masyarakat bahwa produk yang dimiliki oleh UMKM tersebut berbeda dengan produk lainnya. Narasumber juga menjelaskan bahwa dengan adanya hal tersebut para UMKM akan mendapatkan banyak manfaat dan keuntungan yang berkali-kali lipat.



**Gambar 1. Penyuluhan dan Sosialisasi Pengembangan Produk oleh Bapak Thoriq**

Pada kegiatan penyuluhan dan sosialisasi yang kedua dengan menghadirkan Ibu Happy, seorang notaris yang berpengalaman, aktif dalam kegiatan seminar dan webinar sebagai narasumber dan ketua prodi fakultas hukum universitas islam nusantara. Beliau memberikan wawasan berharga tentang pentingnya kegiatan penyuluhan dan sosialisasi adanya pendaftaran merek dagang khususnya untuk pelaku UMKM. Pada sesi pemaparan materi tersebut, narasumber fokus pada langkah strategis yang krusial untuk melindungi aset intelektual mereka, memperkuat identitas produk di pasar, serta memastikan bahwa usaha kecil dan menengah ini memiliki hak eksklusif atas merek mereka. Selain itu, tutorial cara mendaftarkan merek dagang juga dijelaskan.

Acara tersebut juga menyediakan sesi diskusi terbuka antara peserta dan pembicara. Peserta diberikan kesempatan untuk bertanya, berbagi pengalaman, dan berdiskusi mengenai topik pengembangan produk melalui desain kemasan, label dan pendaftaran merek dagang khususnya para pelaku UMKM. Diskusi ini memberikan kesempatan bagi peserta untuk mendapatkan wawasan tambahan, meningkatkan literasi mengenai pengembangan produk, memperdalam pemahaman, dan berbagi ide dengan narasumber dan peserta lainnya. Selain itu, diskusi juga menjadi forum untuk memperluas jaringan dan membangun koneksi dengan para ahli dan praktisi di era digitalisasi. Peserta kegiatan ini menunjukkan antusiasme yang tinggi, tampak dari jumlah peserta yang hadir dan aktif berpartisipasi dalam diskusi.



Gambar 2. Penyuluhan dan Sosialisasi Pendaftaran Merek Dagang oleh Ibu Dr. Happy Yulia A, S.H., M.kn., M.H

Inovasi muncul karena kebutuhan dan keinginan para pengusaha untuk membedakan diri dari pesaing. Hal ini memungkinkan mereka untuk menjangkau pasar baru untuk produk dan layanan mereka. Secara keseluruhan, inovasi bisnis bertujuan untuk meningkatkan pendapatan, memperluas basis konsumen, dan mendapatkan pengakuan di langsung terkait.

### **Pendampingan *Upgrade* Kemasan Para Pelaku UMKM**

Setelah diadakan penyuluhan dan sosialisasi mengenai inovasi desain, label kemasan dan merek dagang, selanjutnya tim KKN-T melakukan pendampingan kepada UMKM Mitra. Kegiatan ini dilakukan secara langsung atau *door to door* kepada UMKM Mitra makanan ringan Sistik. Berikut ini merupakan perbandingan sebelum dan sesudah pendampingan *upgrade* kemasan.



Gambar 3. Kemasan Lama Sistik



Gambar 4. Kemasan Terbaru Sistick

Pada dasarnya *packaging* atau kemasan mengarah kepada sebuah desain karena *packaging* adalah bentuk utama yang terlihat diluar jadi *packaging* ini sangat penting untuk kemajuan suatu bisnis. Desain dan label memiliki pengaruh penting dalam pembuatan kemasan. Selain itu, desain dan label tidak selalu hanya merujuk pada proses, tetapi juga bisa mencakup gambar atau benda yang dihasilkan. Lebih lanjut, hal yang dihasilkan dari desain dan label bisa berupa pola, corak, atau gambar, tidak selalu terbatas pada objek fisik. Desain memiliki beberapa fungsi dalam sebuah kemasan yang menarik adalah sebagai sarana untuk menampilkan suatu objek kepada masyarakat dengan gambaran atau kondisi sebenarnya, sebagai media dalam proses menciptakan sebuah objek baru, sebagai wadah untuk menyampaikan ide atau karyanya kepada khalayak dan untuk meningkatkan ilmu pengetahuan manusia agar lebih memahami bentuk gambar dalam sebuah bidang.

Membantu UMKM Makanan Ringan Sistick bertujuan untuk memperbarui desain dan label *packaging* yang sebelumnya sudah ada, banyak pilihan dalam menentukan desain karena kriteria setiap orang berbeda-beda. Membuat desain label serta *packaging* yang akan terlihat menarik. Pembaruan Desain dan Label *Packaging* tentunya akan membawa banyak manfaat, seperti:

1. *Packaging* terlihat lebih bagus dan kekinian.
2. Menambah "Expired Date" untuk memberikan informasi mengenai produk tersebut.
3. Desain lebih bagus dan estetik.
4. Pembaruan *packaging* yang sekarang lebih dikenal karena dalam *packaging* tersebut akan menambahkan ciri khas dari UMKM ini.
5. Pada desain dan label, kami menambahkan sebuah informasi kontak atau sosial media agar mudah diakses oleh konsumen jika ingin melakukan re-order

6. Melakukan pembaharuan pada desain dan label kemasan serta logo UMKM Makanan Ringan Sistik. Sekaligus juga melakukan foto produk yang mengandung nilai estetika untuk ditampilkan pada Shopee, Whatsapp yang dimiliki UMKM ini.

## **KESIMPULAN**

Pada tanggal 30 Agustus 2024, telah diadakan kegiatan penyuluhan dan sosialisasi dengan tema "Pengembangan Produk UMKM Melalui Desain Kemasan, Label dan Pendaftaran Merek Dagang". Tujuan dari penyuluhan dan sosialisasi ini adalah untuk mempertahankan tingkat jangkauan dan kesadaran merek bagi calon pembeli terhadap produk yang ditawarkan oleh UMKM. Dalam materi penyuluhan dan sosialisasi, dijelaskan bahwa dengan adanya desain, label pada kemasan ditambah dengan kuatnya merek dagang akan meningkatkan value branding yang sangat krusial dan para UMKM akan mendapatkan banyak manfaat dan keuntungan yang berkali-kali lipat. Pada sesi pemaparan materi tersebut, narasumber fokus pada langkah strategis yang krusial untuk melindungi aset intelektual mereka, memperkuat identitas produk di pasar, serta memastikan bahwa usaha kecil dan menengah ini memiliki hak eksklusif atas merek mereka. Selain itu, tutorial cara mendaftarkan merek dagang juga dijelaskan. Setelah diadakan penyuluhan dan sosialisasi mengenai inovasi desain, label kemasan dan merek dagang, selanjutnya tim KKN-T melakukan pendampingan kepada UMKM Mitra. Kegiatan ini dilakukan secara langsung atau door to door kepada UMKM Mitra makanan ringan Sistik.

## **Saran**

Mengingat besarnya manfaat kegiatan penyuluhan pengembangan UMKM ini, maka selanjutnya perlu di kegiatan penyuluhan serupa dengan khalayak sasaran yang berbeda. Selain itu juga perlu kesinambungan dan monitoring program pasca kegiatan sehingga ibu-ibu PKK desa Mekarsari dapat mengembangkan dan mempraktekkan ide-ide bisnis tersebut kepada para pelaku UMKM di Desa Mekarsari.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Pramita, A. S. (2022). Peningkatan Pemahaman Mengenai Desain Label dan Kemasan Pada Produk Oleh-Oleh di Desa Widarapayung Wetan Kabupaten Cilacap. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 80-93.
- R, Y. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan Dan Label Pada Umkm. *Jurnal Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*, 71-76.
- Suryawardani, B. W. (2021). Program bantuan pemasaran digital kreatif dan internetworking lanjutan untuk usaha mikro, kecil dan menengah di kabupaten buah batu bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 361- 376.
- Widjaja, G. (2024). Meningkatkan Daya Saing UMKM Melalui Pendaftaran Merek: Studi Kasus Desa Pantai Sederhana, Kecamatan Muara Gembong, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. *Journal of Community Dedication* , 849-850.