

## **PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN PASCA PANDEMI MELALUI PERANCANGAN DESAIN KEMASAN YANG EFEKTIF**

Tituk Diah Widajantie<sup>1\*</sup>, Sofie Yunida Putri<sup>2</sup>  
[sofie.yunida.ak@upnjatim.ac.id](mailto:sofie.yunida.ak@upnjatim.ac.id)<sup>1</sup>

UPN Veteran Jawa Timur<sup>1,2</sup>

**Abstrak.** Pandemi mengakibatkan pola pikir masyarakat dalam mengkonsumsi produk mulai berubah. Selain itu, pandemi juga berdampak nyata pada pertumbuhan ekonomi. Para pelaku UMKM harus memiliki strategi yang tepat agar tetap dapat bertahan pasca terjadinya pandemi. Jenis UMKM sendiri beraneka ragam, jenis UMKM yang berbeda tentunya membutuhkan strategi dan perancangan produk yang berbeda. Isu kesehatan merupakan hal yang tidak dapat dihindarkan apabila membahas pandemi. Para pelaku UMKM apabila akan merancang desain produknya setelah ada pandemi harus turut mempertimbangkan dan mencantumkan informasi yang berkaitan dengan kesehatan, baik produk tersebut dijual dan dikemas secara higienis maupun penjual yang menjual telah terbukti kesehatannya, sehingga diperlukan adanya pemahaman dari para pelaku UMKM khususnya UMKM yang bergerak dibidang kuliner terkait strategi pengembangan kewirausahaannya melalui perancangan desain kemasan yang efektif pasca pandemi. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut dalam bentuk penyuluhan perancangan desain kemasan yang mana kegiatan ini dihadiri 27 orang pelaku UMKM yang bergerak pada bidang kuliner dan dilaksanakan pada pada hari Selasa, 29 Maret 2022 selama 120 menit sejak pukul 09.00 – 11.00 WIB yang berlokasi di Unit Pelaksana Teknis Pengelolaan Pendapatan Daerah (UPT PPD) Surabaya Selatan.

**Kata Kunci:** Desain Kemasan, Pasca Pandemi, Pengembangan Kewirausahaan

**Abstract** The pandemic has resulted in people's mindset about consuming products starting to change. In addition, the pandemic also has a real impact on economic growth. MSME actors must have the right strategy to survive after the pandemic. The types of MSMEs themselves are diverse; they certainly require different approaches and product designs. Health issues are unavoidable when discussing a pandemic. MSME actors, when designing their product designs after a pandemic, must take into account and include information related to health, whether the product is sold and packaged hygienically or the seller who sells it has proven health, so it is necessary to have an understanding of MSME actors, especially MSMEs that move. The culinary field related to its entrepreneurial development strategy through designing effective packaging designs after the pandemic. Community service activities were carried out to overcome these problems by counseling on packaging design. This activity was attended by 27 MSME actors engaged in the culinary field and carried out on Tuesday, March 29, 2022, for 120 minutes from 09.00 - 11.00 WIB, located in Regional Revenue Management Technical Implementation Unit (UPT PPD) South Surabaya.

**Keywords:** Entrepreneurship Development, Packaging Design, Post Pandemic.

## PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 pertama kali masuk ke Indonesia pada bulan Maret 2022. Ketika virus tersebut mulai masuk ke Indonesia, Pemerintah Indonesia menerapkan pembatasan sosial berskala besar, istilah bekerja dari rumah atau *work from home* menjadi hal yang umum terjadi. Hal tersebut tentunya berdampak langsung bagi seluruh masyarakat Indonesia, khususnya bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang terkena dampak langsung dari adanya pandemi ini. UMKM sendiri memiliki peranan penting dan kontribusinya nyata bagi perekonomian di Indonesia. Hal itu dikarenakan UMKM berkontribusi cukup besar terhadap komposisi Produk Domestik Bruto (PDB) (Zen et al., 2017).

Adanya pandemi ternyata berpengaruh terhadap *trend* dan pola konsumsi dari konsumen terhadap pembelian produk. Pandemi yang berkepanjangan dapat berdampak pada turunnya PDB. Saat ini pandemi belum dapat dikatakan menghilang, tetapi virus tersebut harus dihadapi dan dapat berjalan beringin dengan kehidupan sehari-hari. Salah satu upaya yang harus dilakukan untuk menghadapi keadaan serupa adalah dengan melalui pengembangan kewirausahaan pasca pandemi. Perancangan desain kemasan yang efektif adalah salah satu strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan kewirausahaan pasca pandemi ini.

Desain kemasan dirancang bertujuan untuk memperbaiki kemasan lama yang memiliki masalah dan juga bertujuan merubah citra, serta visual dari kemasan agar menjadi lebih menarik bagi para konsumen (Indrajaya, 2020). Ilmu pemasaran juga menjelaskan jika desain kemasan merupakan sebuah pesona dari suatu produk (*the product charm*), karena kemasan memang berada pada tahapan akhir dalam suatu rangkaian proses produksi yang bukan hanya berfungsi sebagai pemikat mata (*eye catching*), melainkan juga bertujuan sebagai pemikat bagi penggunaannya (*usage attractiveness*) (Erlyana, 2018).

Pandemi mengakibatkan pola pikir masyarakat dalam mengkonsumsi produk mulai berubah. Selain itu, pandemi juga berdampak nyata pada pertumbuhan ekonomi. Para pelaku UMKM harus memiliki strategi yang tepat agar tetap dapat bertahan pasca terjadinya pandemi. Jenis UMKM sendiri beraneka ragam, jenis UMKM yang berbeda tentunya membutuhkan strategi dan perancangan produk yang berbeda. Kebanyakan peserta pengabdian memiliki usaha di bidang kuliner. Rahardjo & Rahmandhanik, 2021 menjelaskan bahwa apabila usaha berada pada bidang kuliner secara garis besar terbagi atas jenis produk olahan makanan modern dan olahan makanan tradisional yang mana memerlukan strategi pengemasan yang berbeda-beda.

Sebelum terjadi pandemi industri kuliner atau industri makanan sudah memiliki persaingan yang relatif ketat. Semakin pesatnya pertumbuhan industri makanan mengakibatkan persaingan usaha yang semakin ketat. Begitu pula usaha pada industri kuliner atau industri makanan, sehingga diperlukan suatu upaya pengembangan produk sebagai cara alternatif untuk bersaing dan tetap bertahan dalam industri ini (Tunky & Kohardinata, Cliff, S.E., M.M., 2016). Pandemi sendiri mengakibatkan adanya penurunan daya beli, yang mana hal ini berbahaya pada industri makanan karena makanan yang khususnya tidak bisa bertahan lama akan memiliki kecenderungan tidak laku dan tidak dapat terjual yang berakibat merugi berkepanjangan.

Tidak dapat dipungkiri bahwa UMKM merupakan salah satu penggerak utama perekonomian Indonesia. Oleh karena itu, industri UKM kolaps, perekonomian nasional juga ikut kolaps (Ahmas et al., 2022). Desain kemasan yang tepat merupakan satu-satunya cara untuk menghadapi permasalahan UMKM yang tengah terjadi. Saat ini diperlukan suatu pemahaman terkait cara mengemas makanan yang membuat konsumen merasa tertarik untuk membeli dan membuat produk tersebut dapat dikemas dengan baik,

sehingga dapat bertahan dalam jangka waktu tertentu. Hal ini tentunya dilakukan untuk membantu UMKM menghadapi tantangan yang ada.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka mengetahui pentingnya bagi para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya melalui desain kemasan yang efektif saat pandemi diadakanlah kegiatan pengabdian masyarakat yang diwujudkan berupa penyuluhan “Pengembangan Kewirausahaan Pasca Pandemi Melalui Perancangan Desain Kemasan yang Efektif”. Tujuan dari dilaksanakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Peserta kegiatan pengabdian masyarakat dapat mengembangkan usahanya melalui adanya pemahaman terkait perancangan desain kemasan yang efektif;
2. Peserta kegiatan pengabdian masyarakat tidak hanya memahami, tetapi juga mampu menerapkan pemahamannya untuk dapat merancang desain kemasan yang efektif sebagai upaya untuk pengembangan usahanya.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dalam bentuk Penyuluhan kepada para pelaku UMKM mengenai pengembangan kewirausahaan pasca pandemi melalui perancangan desain kemasan yang efektif. Sasaran peserta yang dituju dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah 30 orang pelaku UMKM yang memiliki usaha dibidang kuliner, sejumlah 27 orang pelaku UMKM dari taret 30 orang pelaku UMKM turut hadir dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Adapun kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada hari Selasa, 29 Maret 2022 selama 120 menit sejak pukul 09.00 – 11.00 WIB yang berlokasi di Unit Pelaksana Teknis Pengelolaan Pendapatan Daerah (UPT PPD) Surabaya Selatan. Adapun susunan acara selama kegiatan pendabdian masyarakat ini berlangsung dapat dijabarkan dengan rincian berikut ini:

1. Perkenalan dan pembacaan profil singkat dari Narasumber,
2. Narasumber berinteraksi dengan para peserta pelaku UMKM yang hadir untuk menganalisa sejauh mana pemahaman yang telah dimiliki oleh para pelaku UMKM terhadap “Perancangan Desain Kemasan yang Efektif”
3. Memberikan penjelasan dan pemaparan mengenai “Pengembangan Kewirausahaan Pasca Pandemi Melalui Perancangan Desain Kemasan yang Efektif”
4. Tanya jawab dan diskusi interaktif antara narasumber dengan peserta terkait dengan materi yang sudah dipaparkan oleh narasumber.

## **HASIL, PEMBAHASAN DAN DAMPAK**

Ketika akan menciptakan suatu perancangan desain kemasan yang baik desain kemasan tersebut harus disusun dengan menyajikan berbagai info yang dapat bersifat komunikatif bagi para konsumennya. Tahapan yang dilakukan dalam menyusun desain kemasan umumnya berupa brainstorming, sketsa dan referensi. Akan tetapi, penyusunan tersebut tidak dapat dilakukan dengan sembarangan juga diperlukan suatu teori agar konsumen dapat memperoleh transfer makna dari desain kemasan yang diharapkan (Kusuma Putra et al., 2020).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tujuan membantu para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya melalui adanya pemahaman terkait perancangan desain kemasan yang efektif dan membantu para pelaku UMKM tidak hanya memahami, tetapi juga mampu menerapkan pemahamannya untuk dapat merancang desain kemasan yang efektif sebagai upaya untuk pengembangan usahanya. Pemahaman melalui kegiatan pengabdian masyarakat berupa penyuluhan dilakukan terhadap 27 orang pelaku UMKM yang menghadiri kegiatan pengabdian masyarakat dan berokasi pada Unit Pelaksana Teknis Pengelolaan Pendapatan Daerah (UPT PPD) Surabaya Selatan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan penyuluhan terkait desain kemasan yang tepat untuk diterapkan dalam pengembangan kewirausahaan untuk menghadapi tantangan usaha yang ada pasca pandemi. Kegiatan penyuluhan dapat terlaksana secara tepat waktu yang dimulai pada pukul 09.00 selama 120 menit sampai dengan pukul 11.00. Sasaran kepesertaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah 30 orang pelaku UMKM yang mana kegiatan tersebut ternyata dihadiri 27 orang pelaku UMKM.



Gambar 1. Dokumentasi Pembukaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan pengabdian diawali dengan pembacaan profil singkat dari narasumber. Setelah pembacaan profil singkat para pelaku UMKM diminta untuk mengisi form pertanyaan yang berisikan beberapa poin pertanyaan diantaranya sudah berapa lama mereka melakukan usaha, usaha mereka apakah terdampak langsung dari adanya pandemi COVID-19, serta kendala apa yang sering dihadapi berkaitan dengan pengemasan produk. Para pelaku UMKM yang hadir pada kegiatan ini semuanya memiliki usaha dibidang kuliner, sehingga kendala yang dihadapi cenderung serupa. Selain itu, berdasarkan jawaban yang berhasil terkumpul rata-rata peserta sudah memiliki usaha dibidang kuliner antara 5-7 tahun. Kendala yang dihadapi juga serupa, yaitu menurunnya penjualan akibat adanya pandemi COVID-19 yang mana hal ini tentunya sejalan dengan tujuan dari diadakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini.



Gambar 2. Penyuluhan dan Pemaparan Materi Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Setelah dilakukan persamaan persepsi antara tujuan kegiatan pengabdian dan kebutuhan dari para pelaku UMKM yang hadir sebagai peserta, maka dilakukanlah penjelasan mengenai bagaimana cara mengembangkan wirausaha melalui perancangan desain kemasan yang efektif pasca pandemi. Pemaparan materi disajikan dalam bentuk presentasi PowerPoint oleh narasumber kepada seluruh pelaku UMKM yang hadir sebagai peserta. Kemudian setelah pemaparan materi dilakukan tanya jawab terkait tingkat pemahaman peserta yang hadir atas materi yang dipaparkan atau mungkin ada peserta yang merasa kurang jelas terhadap strategi perancangan desain kemasan produk khususnya produk makanan yang tepat setelah adanya pandemi.



Gambar 3. Dokumentasi Kehadiran Peserta Para Pelaku UMKM

Materi yang dipaparkan berupa perancangan desain kemasan yang mana dalam

melakukan perancangan suatu desain kemasan produk diperlukan kerangka konsep yang matang, kerangka konsep tersebut harus mempertimbangkan dan memperhitungkan terpenuhi atau tidaknya aspek kebutuhan dari pengguna (Yonathan et al., 2021). Ketika terjadi persebaran virus corona, isu Kesehatan merupakan hal terpenting yang perlu untuk ditekankan pada saat ini. Oleh sebab itu, konsumen harus memperoleh kejelasan dan kepastian informasi yang menyatakan bahwa dalam desain kemasan tersebut produk telah aman dan sehat untuk dikonsumsi. Penjual yang menyajikan sudah dipastikan kesehatannya, melalui pengecekan suhu tubuh, telah divaksin atau berbagai informasi sejenis yang mendukung dan menjamin isu kesehatan tersebut. Hal ini menjadi penting sebab dalam prinsip utama desain dibutuhkan faktor-faktor yang mana terdiri dari kesatuan untuk menyatukan berbagai unsur desain menjadi proporsional antara yang disajikan dengan informasi yang ada, perlu adanya keberagaman dan keseimbangan dalam penentuan corak dan desain warna dari suatu produk, sehingga apabila isu tersebut berkaitan dengan kesehatan dari penyaji makanan dan kualitas makanan yang menyehatkan maka corak dan desain warnanya harus disesuaikan (Haholongan & Jayadi, 2019).

Adapun apabila membahas tentang desain warna yang ada dalam perancangan desain kemasan perlu memperhatikan penklasifikasian arti dari pemberian warna. Aziz et al., 2021 menjelaskan arti-arti dari setiap warna tersebut secara umum sebab warna yang berbeda akan menggambarkan kondisi lingkungan dan respon warna yang berbeda. Apabila desain tersebut berwarna merah artinya penting, berkekuatan dan berjiwamuda. Berwarna jingga artinya keunikan, bersahabat, memiliki rasa semangat dan sensasi pergerakan. Berwarna kuning artinya memiliki kebahagiaan, antusiasme yang tinggi dan keantikan. Berwarna hijau memiliki makna bahwa warna tersebut bertumbuh, stabil, peduli lingkungan dan bermakna kekayaan. Berwarna biru berarti adanya rasa keamanan, santai, keterbukaan, kekuatan dan keandalan. Berwarna ungu berarti kemewahan, romansa dan misteri. Berwarna hitam berarti adanya kekuatan, ketajaman, pengalaman dan tidak lekang oleh waktu. Berwarna putih berarti adanya kesederhanaan kebersihan dan kebajikan. Berwarna abu-abu memiliki arti formal, netral dan melankolis. Berwarna ivory artinya elegan, sederhana dan nyaman, serta yang terakhir apabila berwarna krem, maka memiliki makna warna kerendahan hati. Warna tersebut harus dipertimbangkan dan diperhitungkan dalam perancangan desain kemasan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan salah satu bentuk usaha untuk membantu para pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya melalui adanya pemahaman terkait perancangan desain kemasan yang efektif, sehingga diharapkan para pelaku UMKM tidak hanya memahami, tetapi juga mampu menerapkan pemahamannya untuk dapat merancang desain kemasan yang efektif sebagai upaya untuk pengembangan usahanya. Pengembangan usaha ini sangat diperlukan sebab Adanya pandemi ternyata berpengaruh terhadap trend dan pola konsumsi dari konsumen terhadap pembelian produk, maka dilakukanlah kegiatan pengabdian masyarakat berupa Pengembangan Kewirausahaan Pasca Pandemi Melalui Perancangan Desain Kemasan yang Efektif. Kegiatan pengabdian masyarakat ini oleh 27 orang pelaku UMKM yang mana kegiatannya dilaksanakan pada Unit Pelaksana Teknis Pengelolaan Pendapatan Daerah (UPT PPD) Surabaya Selatan. Usaha yang dimiliki para pelaku UMKM tersebut merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner, yang mana kendala yang mereka hadapi saat ini adalah adanya pandemi mengakibatkan jumlah produk yang berhasil mereka jual mengalami penurunan, sedangkan makanan sendiri merupakan produk yang tidak tahan lama, sebagai suatu solusi untuk menghadapi permasalahan tersebut

dilakukanlah pengabdian masyarakat berupa penyuluhan untuk memberikan pemahaman bahwa konsumen harus memperoleh kejelasan dan kepastian informasi yang menyatakan bahwa dalam desain kemasan tersebut produk telah aman dan sehat untuk dikonsumsi. Penjual yang menyajikan sudah dipastikan kesehatannya, melalui pengecekan suhu tubuh, telah divaksin atau berbagai informasi sejenis yang mendukung dan menjamin isu kesehatan tersebut. Hal ini menjadi penting sebab dalam prinsip utama desain dibutuhkan faktor-faktor yang mana terdiri dari kesatuan untuk menyatukan berbagai unsur desain menjadi proporsional antara yang disajikan dengan informasi yang ada, perlu adanya keberagaman dan keseimbangan dalam penentuan corak dan desain warna dari suatu produk, sehingga apabila isu tersebut berkaitan dengan kesehatan dari penyaji makanan dan kualitas makanan yang menyehatkan maka corak dan desain warnanya harus disesuaikan.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kepada seluruh pelaku UMKM yang telah hadir dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, kami mengucapkan terima kasih atas kehadiran dan partisipasinya dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang telah kami laksanakan. Semoga kegiatan pengabdian masyarakat yang kami laksanakan berupa “Pengembangan Kewirausahaan Pasca Pandemi Melalui Perancangan Desain Kemasan yang Efektif” dapat memberikan kebermanfaatannya bagi usaha yang telah dijalankan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmas, A. A. N., Sutrisno, T., & Ratnasari, I. (2022). Upaya Peningkatan Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Inovasi Desain Kemasan Dan Pemasaran Produk Di Kabupaten Karawang. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(1), 124–128. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jpmb/article/view/7625>
- Aziz, M. I. N., Arumsari, R. Y., & Prajana, A. M. (2021). Perancangan Media Promosi Sepaket Sehat Sebagai Produsen Minuman Kesehatan Di Masa Pandemi. *E-Proceeding of Art & Design*, 8(6), 2981–2997.
- Erlyana, Y. (2018). Analisis Peranan Desain Kemasan Terhadap Brand Identity Dari Sebuah Produk Makanan Lokal Indonesia Dengan Studi Kasus: Produk Oleh-Oleh Khas Betawi ‘Mpo Romlah.’ *National Conference of Creative Industry*, September, 5–6. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1316>
- Haholongan, W., & Jayadi, I. (2019). Perancangan Desain Kemasan Sebagai Media Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Bir Pletok (Setu Babakan). *Jurnal SISTEM INFORMASI*, 1(1), 27–44. [www.jurnal.ibmasmi.ac.id](http://www.jurnal.ibmasmi.ac.id)
- Indrajaya, Y. C. (2020). Perancangan desain kemasan sambal pecel “Bumbu Ndeso” Blitar. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(8), 7–13.
- Kusuma Putra, G. L. A., Nandaryani, N. W., & Adnyana Yasa, G. P. P. (2020). Perancangan Desain Sebagai Sarana Informasi Pencegahan Virus Corona. *Jurnal Lentera Widya*, 1(2), 31–38. <https://doi.org/10.35886/lenterawidya.v1i2.102>
- Rahardjo, S. T., & Rahmandhanik, S. (2021). Perancangan Desain Kemasan “Tiwul Cake” “Produksi Bu Minah Snack Dengan Aplikasi Teori Retorika Visual Dan Gaya Desain Grafis. *Prosiding Seminar ...*, 1, 30–34. <https://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/ppm-ust/article/view/11187%0Ahttps://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/ppm-ust/article/download/11187/4420>

- Tunky, H., & Kohardinata, Cliff, S.E., M.M., A. (2016). Perancangan Desain Kemasan Pada Merk Keripik Pisang Bananation. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 577–583.
- Yonathan, C., YUWONO, E. C., & ... (2021). Perancangan Karya Desain Hampers Untuk Acara Pernikahan Drive-Thru Dalam Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(8), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/11230>
- Zen, Z. H., Satriardi, S., Dermawan, D., Anggraini, D. A., Meirizha, S. N., & Yul, F. A. (2017). Pelatihan Desain Kemasan Produk Umkm Di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 1(2), 12–15. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v1i2.225>