

## Sosialisasi Pentingnya Kemasan Kreatif Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Produk UMKM Kabupaten Musi Banyuasin Sumatera Selatan

Husni Mubarat<sup>1</sup>, Heri Iswandi<sup>2</sup>, Alfinur Zihni<sup>3</sup>, Yusuf Amin<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Fakultas IPB/ Prodi Desain Komunikasi Visual, Universitas Indo Global Mandiri  
Email: husni\_dkv@uigm.ac.id, wandy\_dkv@uigm.ac.id, alfinzk8@gmail.com, Notyusmin@gmail.com

### Abstract

*The socialization of the importance of creative product packaging for enhancing the competitiveness of MSMEs in Musi Banyuasin Regency aims to encourage innovation in packaging design that aligns with market trends and meets consumer needs, enabling products to remain competitive. The methods employed include informational sessions, interactive discussions, and packaging product analysis. The main focus of this activity is the analysis of packaging elements such as brand labels, the aesthetic composition of graphic elements (color, lines, and typography), as well as product information. The outcomes of this community service activity include participants gaining an understanding that packaging serves not only as product protection but also as an effective brand communication tool. Additionally, participants came to understand key packaging elements such as color, product identity, typography, and the importance of informative and legally compliant labels. Consequently, participants are now equipped to redesign their product packaging to enhance its competitiveness in the market.*

**Keywords:** Outreach, Packaging, MSMEs, Musi Banyuasin

### Abstrak

Sosialisasi pentingnya kemasan kreatif produk untuk daya saing UMKM di Kabupaten Musi Banyuasin bertujuan mendorong inovasi desain kemasan yang relevan dengan tren pasar dan memenuhi kebutuhan konsumen sehingga produknya dapat bersaing. Adapun metode yang digunakan adalah metode sosialisasi, diskusi interaktif, dan analisis produk kemasan. Fokus utama kegiatan ini adalah pada analisis elemen kemasan, seperti label merek, komposisi estetis elemen grafis (warna, garis, dan tipografi), serta informasi produk. Hasil capaian kegiatan PkM ini diantaranya peserta memahami bahwa kemasan tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga alat komunikasi merk yang efektif. Selain itu peserta juga memahami elemen penting kemasan seperti warna, identitas produk, tipografi, dan pentingnya label yang informative dan legal. Dengan demikian, peserta dapat mendesain kembali kemasan produknya agar memiliki daya saing yang kuat.

**Kata Kunci:** Soailisasi, Kemasan, UMKM, Musi Banyuasin

## Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), dapat dipahami sebagai ekonomi produktif yang dikelola oleh kelompok masyarakat maupun individu yang memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh UU No. 20 tahun 2008 (Jureid, Dina Syarifah Nasution, 2024). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mendominasi dunia usaha di Indonesia saat ini. Jumlah UMKM di Indonesia selain disektor pertanian lebih dari 26 juta (98,68 %) UMKM (Najib et al., 2022). Keberadaan UMKM memiliki arti penting di tengah-tengah masyarakat, perannya tidak hanya sebagai penunjang ataupun tumpuan ekonomi bagi masyarakat, tetapi juga memiliki manfaat dari aspek sosial dan budaya (Nugrahani, 2015). Setiap daerah di Indonesia memiliki potensi kearifan lokal yang beragam, mencerminkan identitas budaya, tradisi, dan nilai-nilai luhur yang telah diwariskan secara turun-temurun. Kearifan lokal ini tidak hanya menjadi ciri khas masing-masing wilayah, tetapi juga mendukung pembangunan berkelanjutan.

Kabupaten Musi Banyuasin salah satu daerah di Provinsi Sumatera Selatan, selain memiliki kekayaan alam dan hasil bumi seperti minyak dan gas, kabupaten ini juga memiliki berbagai UMKM seperti kuliner dan kerajinan yang merupakan bagian produk unggulan (Wikipedia, 2024). Pemerintah Kabupaten Musi Banyuasin cukup serius dalam memajukan produk-produk unggulan daerah yang dikelola oleh kelompok maupun perorangan. Usaha ini tercermin melalui Peraturan Daerah (PERDA) Kabupaten Musi Banyuasin No. 7 Tahun 2023, Pasal 1 ayat 6:

“Bela Beli Produk Kabupaten adalah gerakan guna mendorong masyarakat untuk mencintai dan bangga terhadap produk Kabupaten yang diwujudkan melalui tidakan membela produk Kabupaten Musi Banyuasin dengan membeli dan menggunakan produk Kabupaten” (Banyuasin, 2016).

Gerakan "Bela Beli Produk Kabupaten" adalah langkah positif yang sangat strategis dalam mendukung pemberdayaan ekonomi lokal dan mendorong kemandirian daerah. Langkah ini dapat membuka lebih banyak peluang kerja, meningkatkan daya saing produk lokal, serta menciptakan rantai ekonomi yang saling menguntungkan. Selain itu, gerakan ini selaras dengan semangat kedaulatan ekonomi berbasis kearifan lokal, sehingga layak didukung penuh oleh seluruh lapisan masyarakat. Pemerintah Indonesia saat ini mulai membangun system ekonomi yang didasarkan pada pengembangan IPTEKS dan inovasi. Salah satu penerapannya adalah mengembangkan produk unggulan daerah yang memiliki potensi bisnis melalui pemberdayaan masyarakat (Raden, 2019).

Usaha keseriusan Pemerintah Kabupaten Musi Banyuasin untuk meningkatkan dan menjaga keberlanjutan UMKM dibuktikan juga dengan kegiatan MUBA Expo yang dilakukan secara rutin setiap tahunnya, salah satu Dinas yang berperan adalah Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD). Kegiatan sosialisasi edukatif ini dilaksanakan oleh DPMD Kabupaten Musi Banyuasin dengan tema “Pelatihan Peningkatan Kapasitas Home Industri dan Keamanan Pangan” Tahun Anggaran 2024.

Bila diamati secara umum, produk UMKM Kabupaten Musi Banyuasin sudah dapat bersaing dengan produk lainnya, baik skala provinsi maupun nasional, dan bahkan harapannya produk UMKM tersebut dapat menjadi komoditi produk ekspor (Mubarat et al., 2021). Namun tentunya untuk memenuhi harapan tersebut tetap perlu adanya peningkatan kualitas produk dari segala aspek, salah satunya adalah kemasan yang perlu dikembangkan lagi menjadi lebih menarik dan

memiliki standar dalam pemasaran produk. Sri Julianti dalam (Everlin, et al., 2023) menjelaskan bahwa kemasan juga harus memiliki fungsi strategis yang sifatnya mampu memberikan positioning baru dan leverage atau daya ungkit bagi sebuah produk. Sebagian besar kemasan produk UMKM di Indonesia tidak marketable, dibanding produk- produk dari perusahaan bermodal besar, sehingga nilai jual dan daya saing rendah. Faktor penyebabnya adalah rendahnya pemahaman pentingnya kualitas kemasan dan tingkat penguasaan teknologi pengemasan (Erlyana, 2018).

Kemasan adalah salah satu kelemahan yang terdapat pada produk UMKM Kabupaten Musi Banyuasin. Beberapa kekurangan kemasan pada produk UMKM adalah tampilan visual dan informasi yang berkaitan dengan produk masih sangat minim, sehingga produk yang dipasarkan terkesan tidak memenuhi standar, terutama ketika produk tersebut dipasarkan pada pasar yang lebih luas. Tentunya akan berhadapan dengan kompetitor yang kemasan produknya lebih menarik dan memenuhi standar. Oleh karena itu, agar produk UMKM Kabupaten Musi Banyuasin dapat bersaing, maka perlu memberikan pemahaman pada pemerintah dan UMKM mengenai pentingnya memperhatikan kemasan. Selain sebagai pelindung produk, kemasan juga dapat menjadi nilai jual dan media informasi yang terkait dengan produk itu sendiri (Ermawati, 2019).

Sosialisasi bagi pelaku UMKM di Kabupaten Musi Banyuasin bertujuan memberikan pemahaman dan keterampilan kepada pelaku UMKM pentingnya desain kemasan yang menarik dan fungsional sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing produk di pasar lokal maupun nasional. (Normina, 2014) menjelaskan bahwa sosialisasi sebuah proses penanaman nilai dalam sebuah kelompok, sehingga kelompok tersebut mendapatkan pemahaman. Selain itu, PkM ini juga bertujuan mengenalkan konsep dan teknik desain kemasan yang tidak hanya menarik, tetapi juga relevan dengan selera konsumen masa kini, sehingga produk UMKM lebih diminati dan mudah dikenali di pasaran. Manfaat dari kegiatan PkM diantaranya meningkatkan peluang produk untuk diterima dan dipasarkan di pasar yang lebih luas, baik lokal maupun nasional, peserta PkM memperoleh keterampilan baru yang dapat meningkatkan kualitas dan nilai jual produk dan mendorong **peningkatan ekonomi lokal** melalui pengembangan desain kemasan yang menarik dan berkualitas, produk UMKM akan lebih berpotensi untuk berkembang, yang berdampak langsung pada peningkatan pendapatan pelaku UMKM dan perekonomian Kabupaten Musi Banyuasin secara keseluruhan.

Kemasan yang dirancang secara profesional, tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga menjadi elemen visual yang membangun daya tarik bagi konsumen, meningkatkan citra merek, dan memperluas jangkauan pemasaran (Nugroho, Wawan Cahyo, 2024). Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi signifikan dalam mendorong daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas, baik di tingkat regional maupun nasional.

### **Metode Pengabdian**

Kegiatan sosialisasi dengan tema “Pelatihan Peningkatan Kapasitas Home Industri dan Keamanan Pangan” merupakan upaya untuk meningkatkan ekonomi keluarga yang berbasis pada UMKM. Besar harapannya pelaksanaan sosialisasi mengenai peningkatan pengetahuan kemasan produk bagi UMKM sangatlah penting, karena peran kemasan pada satu produk sangat penting untuk perluasan

pemasaran pada skala yang lebih tinggi. Adapun metode pelaksanaan pada kegiatan ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Sosialisasi melalui penyuluhan

Sosialisasi merupakan proses transfer pemahaman dalam sebuah kelompok ataupun peran yang harus dijalankan oleh individu (Erlyana, 2018). Adapun tujuan sosialisasi ialah memberikan pengetahuan dan keterampilan serta mengembangkan kemampuan kelompok maupun individu (Alfari, 2025). Dalam kegiatan ini narasumber memberikan materi-materi kemasan yang mencakup tentang pemahaman dasar kemasan, fungsi, dan tujuan kemasan pada produk. Pada aspek yang strategisnya, materi pada sosialisasi ini juga mencakup tentang pentingnya kemasan sebagai elemen strategis dalam bisnis, seperti membangun identitas merek dan meningkatkan daya saing produk di pasar.

2. Diskusi Interaktif

Diskusi interaktif bertujuan menciptakan dialog terbuka antara pelaku UMKM untuk berbagai pengalaman, tantangan dan ide-ide kreatif terkait kemasan (Rikawati & Sitinjak, 2020). Kegiatan ini diawali dengan pengenalan singkat untuk mendiskusikan kendala yang dihadapi dalam mendesain atau memproduksi kemasan. Moderator akan memfasilitasi *brainstorming* untuk menemukan solusi. Diskusi ini juga mendorong kolaborasi antara pelaku UMKM, seperti berbagi informasi tentang penyedia bahan kemasan yang berkualitas namun terjangkau.

3. Analisis Kemasan Produk

Dalam metode ini, pelaku UMKM diminta untuk membawa sampel kemasan untuk dianalisis secara langsung oleh narasumber. Analisis mencakup evaluasi terhadap desain, material, daya tarik visual, dan fungsionalis kemasan (Erlyana, 2018). Hasil analisis ini akan memberikan gambaran tentang aspek yang perlu diperbaiki, seperti pilihan warna, bentuk, atau pesan branding yang ingin disampaikan melalui kemasan. Peserta juga diberikan rekomendasi konkrit untuk meningkatkan kualitas kemasan, misalnya dengan menggunakan bahan yang lebih tahan lama atau desain yang lebih menarik sesuai dengan tren pasar.

## Hasil dan Pembahasan



**Gambar 1.** Pembekalan UMKM oleh Dinas DPMD Musi Banyuasin.

Sumber foto: Dokumentasi DPMD Musi Banyuasin, 2024.

Kegiatan pengabdian Kepada Masyarakat di Kabupaten Musi Banyuasin dengan tema “Pelatihan Peningkatan Kapasitas Home Industri dan Keamanan Pangan” merupakan sosialisasi yang bersifat edukatif. Fokus utama dari kegiatan ini adalah pentingnya peran kemasan yang menarik sebagai strategi untuk

memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan kepercayaan terhadap kualitas dan keamanan produk bagi UMKM Kabupaten Musi banyuasin.

Nilai jual akan meningkat jika produk yang dibuat mendapat nilai tambah dari kemasan yang dibuat dengan desain yang menarik (Dewi et al., 2019). Melalui pembekalan edukasi pentingnya kemasan bagi produk UMKM di Kabupaten Musi banyuasin diharapkan mampu meningkat produknnya dan bersaing di pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Hasil dari kegiatan memberikan dampak positif dalam meningkatkan kepercayaan diri pelaku UMKM serta memperkuat ekonomi lokal.

### **Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan ini diikuti oleh berbagai UMKM dari berbagai sektor, diantaranya usaha makanan, usaha jamu, usaha roti dan usaha kerajinan. Kegiatan ini dilaksanakan di Kota Sekayu Kabupaten Musi Banyuasin pada tanggal 16 – 18 Oktober 2024. Adapun jumlah peserta yang ikut pada kegiatan ini sebanyak 60 peserta dari berbagai desa. Adapun uraiannya dapat dipaparkan pada table di bawah ini:

**Tabel 1.** Daftar nama UMKM Kabupaten Musi Banyuasin

No	Nama UMKM	Asal Desa
1	Kerajinan Anyaman Lidi	Bumi Kencana
2	Kerajinan Anyaman Lidi sawit	Karya Maju
3	Kerajinan Bambu	Panca Tunggal
4	Kerajinan Kulit	Nusa Serasan
5	UPPKA Jaya Barokah	Mekar Jaya
6	UMKM Ganjaran	Mekar Jaya
7	Keripik Tempe	Sumber Agung
8	Aneka Kue	Loka Jaya
9	Rampeyek Kacang	Karya Maju
10	Else Juano	Sri Gunung
11	Jamu Herbal	Berlian Makmur
12	Jamu Bumi Kencana	Bumi Kencana
13	Kelompok Dahlia	Mekar Jadi
14	Berkah Abadi	Mulyo Rejo
15	Serbuk Jahe Rejo	Mulyo Rejo
16	Umma AW	Mulyo Asih
17	Kerajinan Tas Tali Kur	Mulyo Asih
18	Aneka Kue	Loka Jaya
19	Keripik Pisang	Sumber Rejeki
20	Kayra Collection	Cinta Damai

## 1. Sosialisasi Edukasi Kemasan



**Gambar 2.** Penyampaian materi tentang kemasan produk.  
Sumber foto: Heri Iswandi, 2024.

Kegiatan edukasi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta, khususnya pelaku UMKM, mengenai peran strategis kemasan dalam kesuksesan produk di pasar. Berikut hasil yang diperoleh:

a. Kesadaran akan fungsi kemasan

Peserta memahami bahwa kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi untuk menciptakan kesan pertama yang kuat, menarik perhatian konsumen, dan membangun identitas merek.

b. Peningkatan pengetahuan tentang elemen desain pada kemasan

Peserta mendapatkan wawasan tentang elemen desain yang berpengaruh pada persepsi konsumen, seperti warna, *typography*, visual dan *branding*.

c. Pemahaman tentang relevansi pasar

Peserta menyadari bahwa kemasan yang menarik dan relevan dengan target pasar dapat meningkatkan daya tarik produk di rak display, baik secara fisik maupun digital (*e-commerce*).

d. Dampak kemasan terhadap pembelian

Peserta memahami bahwa konsumen cenderung memilih produk dengan kemasan yang terlihat lebih profesional dan menarik dibandingkan dengan produk serupa dengan kemasan biasa.

## 2. Hasil diskusi interaktif



**Gambar 3.** Diskusi kelompok peserta sosialisasi Kemasan UMKM  
Sumber foto: Heri Iswandi, 2024.

Kegiatan diskusi interaktif ini berhasil menciptakan suasana dialog yang terbuka dan produktif di antara pelaku UMKM, dengan fokus pada pengalaman, tantangan, dan ide-ide kreatif terkait kemasan. Berikut adalah hasil yang dicapai:

a. Identifikasi kendala utama dalam kemasan

Peserta mengungkapkan tantangan seperti biaya produksi kemasan, keterbatasan pengetahuan desain. Beberapa pelaku UMKM juga menyebutkan kesulitan dalam menyesuaikan desain kemasan dengan tren pasar.

b. Kolaborasi antar pelaku UMKM

Beberapa peserta sepakat untuk membentuk komunitas kecil yang fokus pada pengembangan kemasan, termasuk berbagi pengalaman dan mendukung satu sama lain dalam memecahkan masalah. Ada kesepakatan awal untuk melakukan pembelian bahan kemasan secara kolektif guna mendapatkan harga yang lebih murah.

### 3. Analisis Kemasan Produk






**Gambar 4.** Foto bersama DPMD dan sejumlah produk yang telah dianalisis  
Sumber foto: Heri Iswandi, 2024.

Desain kemasan atau dapat disebut juga Packaging adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan (Kusumawati et al., 2022). Dalam konteks desain dan seni rupa, nalisis kemasan produk merupakan suatu proses penilaian terhadap komposisi unsur-unsur visual, seperti bentuk, warna, garis, tekstrur, dan tipografi yang diterapkan pada suatu kemasan. Selain komposisi visual, analisis kemasan produk juga dilakukan analisis terhadap bahan, teknik dan biaya produksi yang digunakan. Kegiatan ini bertujuan agar peserta UMKM dapat memahami bagaimana kemasan produknya dapat menjadi elemen penting dalam meningkatkan pemasaran produk pada level yang lebih tinggi. Faktor penting lainnya pada analisis kemasan adalah membandingkan kemasan dengan produk yang sejenis, sehingga peserta UMKM dapat memahami kekurangan dan kelebihan dari kemasan produknya masing-masing.

Kegiatan analisis kemasan produk UMKM Kabupaten Musi Banyuasin diambil beberapa produk sebagai sampel yang digunakan sebagai bahan analisis.

Adapun hasil analisis dapat dijabarkan pada table di bawah ini:  
**Tabel 2.** Hasil analisis desain kemasan pada produk UMKM Kabupaten Musi Banyuasin

No	Desain Kemasan	Hasil analisis	Rekomendasi
1	Keripik Singkong UP2 PKK (Mulyo Rejo) 	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemasan produk keripik singkong menggunakan bahan plastik yang secara fisik sudah berfungsi baik sebagai pelindung produk.</li> <li>2. Ukuran label relatif kecil.</li> <li>3. Paduan warna latar dan merek kurang selaras, serta tulisan "Home Industri" kurang kontras.</li> <li>4. Jenis font yang digunakan kurang menarik.</li> <li>5. Informasi pada kemasan masih belum lengkap, seperti komposisi bahan, masa kedaluwarsa, dan logo halal.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gunakan ukuran label yang lebih besar, agar mudah dilihat.</li> <li>2. Pilih warna latar dan teks yang lebih kontras untuk meningkatkan</li> <li>3. Gunakan font yang lebih modern dan sesuaikan dengan karakter produk.</li> <li>4. Tambahkan informasi seperti komposisi bahan, tanggal kadaluarsa, dan logo halal.</li> <li>5. Serta keterangan produksi yang jelas, untuk meyakinkan konsumen.</li> </ol>
2	Peyek Bu Dina (Sri Gunung) 	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemasan sudah memenuhi fungsi fisik sebagai pelindung produk.</li> <li>2. Ukuran label relatif kecil.</li> <li>3. Jenis font yang digunakan kurang menarik.</li> <li>4. Warna font masih kurang kontras.</li> <li>5. Informasi pada kemasan belum lengkap.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perbesar ukuran label agar mudah dilihat</li> <li>2. Gunakan font yang lebih modern dan menarik.</li> <li>3. Pilih kombinasi warna font yang kontras dan sesuai dengan karakter produk.</li> <li>4. Tambahkan informasi produk, seperti komposisi bahan, tanggal kadaluarsa, dan logo halal untuk melengkapi kemasan.</li> </ol>
3	UMKM Serbuk Jahe Rejo (Mulyo Rejo)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemasan sudah memenuhi fungsi fisik sebagai pelindung produk.</li> <li>2. Ukuran label relatif kecil.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perbesar ukuran label agar mudah dilihat dan menarik konsumen.</li> </ol>

		<p>3. Informasi pada kemasan belum lengkap.</p>	<p>2. Tambahkan produk, seperti komposisi bahan, tanggal kadaluarsa, dan logo halal untuk melengkapi kemasan.</p>
--	---	---	---

### 3. Respon Mitra

Para mitra UMKM memberikan respon yang positif dan antusias terhadap hasil analisis kemasan produk. Mitra dari UP2 PKK Mulyo Rejo, produsen Keripik Singkong, menyadari bahwa ukuran label yang kecil dan desain visual yang kurang kontras menyulitkan konsumen dalam mengenali produk. Mitra mengakui bahwa selama ini aspek desain belum menjadi perhatian utama karena lebih fokus pada produksi. Namun, setelah menerima masukan, peserta menunjukkan ketertarikan untuk memperbaiki tampilan kemasan, termasuk mempertimbangkan pemilihan warna yang lebih harmonis, penggunaan font yang lebih modern, serta penambahan informasi penting seperti komposisi bahan, masa kedaluwarsa, dan logo halal.

Respon serupa juga diberikan oleh produsen Peyek Bu Dina dari Sri Gunung. Mitra menyambut baik saran mengenai peningkatan ukuran label dan perbaikan desain kemasan, seperti penggunaan kombinasi warna dan font yang lebih kontras dan sesuai dengan karakter produk. Mitra ini menunjukkan komitmen untuk memperbarui desain kemasan agar tampil lebih profesional dan informatif. Selain itu, mitra memahami pentingnya informasi produk yang lengkap agar dapat bersaing di pasar yang lebih luas, termasuk toko modern dan platform digital.

Sementara itu, mitra dari UMKM Serbuk Jahe Rejo di Mulyo Rejo juga memberikan tanggapan yang positif. Mitra menyadari bahwa meskipun kemasan telah berfungsi baik sebagai pelindung, informasi yang tercantum masih minim. Mitra menyetujui perlunya memperbesar label agar lebih menarik dan mudah dibaca, serta melengkapi informasi penting seperti komposisi, tanggal kedaluwarsa, dan logo halal.

Secara umum, para mitra menunjukkan sikap terbuka dan semangat untuk melakukan perbaikan. Para mitra mengapresiasi kegiatan ini sebagai bentuk pendampingan yang bermanfaat, dan menyampaikan harapan agar pelatihan lanjutan, khususnya dalam hal teknis desain kemasan digital, dapat dilakukan secara berkelanjutan untuk mendukung pengembangan usaha mereka.

### Simpulan

Kesimpulan hasil analisis menunjukkan bahwa sosialisasi edukatif tentang pentingnya kemasan produk memiliki peran signifikan dalam meningkatkan pemasaran produk bagi UMKM di Kabupaten Musi Banyuasin. Kemasan yang menarik, informatif, dan fungsional dapat meningkatkan daya tarik produk,

memperkuat identitas merek, serta membangun kepercayaan konsumen. Namun, banyak UMKM masih kurang memahami pentingnya aspek desain, informasi pada kemasan, dan pemilihan bahan yang sesuai. Hal ini mengakibatkan daya saing produk di pasar menjadi terbatas. Bahkan pada kegiatan tersebut masih banyak ditemukan beberapa produk belum memiliki kemasan.

Sebagai saran, pemerintah dan instansi terkait perlu memperbanyak program pelatihan dan pendampingan tentang desain dan pengemasan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu, UMKM didorong untuk memanfaatkan teknologi dan layanan profesional dalam pembuatan kemasan, serta aktif mencari inspirasi dari produk yang sudah sukses di pasaran. Upaya ini diharapkan dapat membantu UMKM meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar produk.

### Daftar Pustaka

- Alfari, S. (2025). *Sosialisasi: pengertian, Fungsi, Tahapan dan Bentuk*. 6 Agustus 2024. <https://www.ruangguru.com/blog/pengertian-fungsi-tahapan-bentuk-sosialisasi>
- Banyuasin, B. M. (2016). Bupati musibanyuasin. *Peraturanbupatimusi Banyuasin Nomor 28 Tahun2018 Tentang Sistem Pengendaliangratifikasidilingkungan Pemerintahkabupatenmusi Banyuasin, 1956(5587)*, 1–12.
- Everlin, P., Sebagai, K., Produk, P., & Tradisional, K. (2023). *Perancangan Desain Kemasan Sebagai Media Promosi Produk Kuliner Tradisional*. 05(1), 11–19.
- Dewi, T. R., Novita, W. ., & Nurbaeti. (2019). Peningkatan Pengetahuan dalam Pengenalan Kemasan Produk Unggulan Khas Desa Sungsang IV , Kabupaten Banyuasin. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata, 1(1)*, 36–40.
- 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>
- Ermawati, E. (2019). Pendampingan Peranan Dan Fungsi Kemasan Produk Dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor. *Empowerment Society, 2(2)*, 15–22. <https://doi.org/10.30741/eps.v2i2.459>
- Jureid, Dina Syarifah Nasution, N. S. (2024). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Kayu Laut Melalui UMKM Komunitas Kue Khas Bika Bakar Kayulaut Dengan Strategi Culinary Fashion. *JIPMAS: Jurnal Visi Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(1)*, 31–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.51622/pengabdian.v5i1.2013>
- Kusumawati, D. N. I., Kusumah, W. I., & Wibisono T, R. W. (2022). Analisis Desain Kemasan Produk Umkm Makanan Tradisional Lempur Berbahan Alami Memiliki Daya Tarik Dan Ketahanan Mutu Produk. *Jurnal Nawala Visual, 4(1)*, 41–49. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v4i1.340>
- Mubarat, H., Viatra, A. W., & Patriansah, M. (2021). Pelatihan Kelompok Usaha Industri Kerajinan Bambu Rukun Makmur Di Desa Panca Tunggal

- Kecamatan Sungai Lilin Kabupaten Musi Banyu Asin Provinsi Sumatera Selatan. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 695. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.6044>
- Najib, M. F., Februadi, A., Djatnika, T., Rafdinal, W., & Magdalena, C. (2022). *Inovasi Desain Kemasan ( Packaging ) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM*. 6(1), 56–64.
- Normina. (2014). Masyarakat dan Sosialisasi. *Ittihad Jurnal Kopertais Wilayah XI Kalimantan*, 12(22), 107–115. [http://shareexchange.blogspot.com/2010/02/sosialisasi-masyarakat\\_8061](http://shareexchange.blogspot.com/2010/02/sosialisasi-masyarakat_8061).
- Nugrahani, R. (2015). Peran Desain Grafis Pada Label Dan Kemasan Produk Makanan UMKM. *Imajinasi : Jurnal Seni*, 9(2), 127–136. <https://doi.org/>-
- Nugroho, Wawan Cahyo, M. R. S. (2024). Pelatihan Kemasan, Desain dan Label Produk Bagi Pelaku UMKM Di Kecamatan Bubutan Kota Surabaya. *JurnalPengabdianKolaborasiInovasiIPTEKS*, 2(2), 486–491. <https://doi.org/>-
- Raden, A. Z. M. (2019). Kerajinan Wayang Golek sebagai Produk Unggulan Daerah untuk Pemberdayaan Ekonomi Desa Tegalwaru. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 180–188. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i2.3140>
- Rikawati, K., & Sitinjak, D. (2020). Peningkatan Keaktifan Belajar Siswa dengan Penggunaan Metode Ceramah Interaktif. *Journal of Educational Chemistry (JEC)*, 2(2), 40. <https://doi.org/10.21580/jec.2020.2.2.6059>
- Wikipedia. (2024). *Kabupaten Musi Banyuasin*. 2024. <https://doi.org/>-

