



DESAIN KEMASAN DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN UMKM PANCING GEBANG DI DESA GEBANG KECAMATAN TELUK PANDAN KABUPATEN PESAWARAN

Oleh

Septilia Arfida¹, Hariyanto Wibowo², Ahmad Kodri³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Komputer, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Email: ¹septilia@darmajaya.ac.id, ²hariwib@darmajaya.ac.id

Article History:

Received: 02-04-2026

Revised: 24-04-2026

Accepted: 05-05-2026

Keywords:

UMKM Pancing

Gebang, Umpan Cumi,

Desain

Abstract: Kegiatan Pengabdian pada masyarakat merupakan salah satu dari tridarma dosen dalam menerapkan pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat umum. Salah satu sasaran dari kegiatan pengabdian ini adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berada di lokasi Lampung Selatan tepatnya pada Desa Gebang Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang yang sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia sehingga dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap pendapatan daerah. Salah satunya adalah UMKM Pancing Gebang yang dimiliki dan dikelola oleh Bapak Rahman dengan produk Umpan Cumi. Dimana UMKM ini memerlukan pemanfaatan Aplikasi Desain pada produknya, sehingga dapat meningkatkan penjualan pada UMKM.

PENDAHULUAN

Kegiatan Pengabdian pada masyarakat adalah salah satu dari tridarma dosen untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat umum. Salah satu sasaran dari kegiatan pengabdian ini adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Lampung Selatan tepatnya di Desa Gebang Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang yang sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Selain itu UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur serta memberikan kontribusi besar bagi pendapatan daerah juga pendapatan daerah Provinsi Lampung bahkan negara.

Salah satu UMKM yang berada di Lampung Selatan adalah UMKM Pancing Gebang dengan produk berupa Umpan Cumi yang terletak di Desa Gebang Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran. Dalam membuat desain pada kemasan Umpan Cumi adalah menjadi salah satu faktor pada penjualan terhadap sebuah produk. Desain pada kemasan merupakan suatu nilai tambah yang dapat digunakan untuk menjaring konsumen. Dimana sebuah desain sudah menjadi bagian aspek yang berpengaruh dalam membentuk perilaku suatu masyarakat. Sehingga desain kemasan mempunyai pengaruh yang besar terhadap minat pembelian oleh konsumen.

Desain kemasan dapat secara signifikan mempengaruhi minat pembelian konsumen dengan meningkatkan daya tarik estetika dan daya tarik, yang secara positif mempengaruhi

niat pembelian. Selain itu, kualitas, keramahan lingkungan, dan pelabelan informatif kemasan semakin membentuk preferensi dan keputusan konsumen [1]

Packaging produk memainkan peran penting dalam mempengaruhi daya tarik dan kesuksesan bisnis UMKM, karena sektor ini menyerap lebih dari 95% tenaga kerja dan menyumbang lebih dari 60% dari PDB, menunjukkan partisipasinya dalam perekonomian Indonesia[2]

Aplikasi Komputer merupakan adalah sebuah perangkat lunak (software) program komputer yang ditulis dalam bahasa pemrograman dan berfungsi melakukan perintah sesuai dengan keinginan dari pembuat aplikasi. Aplikasi komputer dibuat untuk memudahkan pengguna dalam mengerjakan sesuatu menggunakan komputer. Biasanya komputer digunakan untuk mengolah data dan melakukan editing foto, video dan suara[3].

Dengan membuat kemasan yang menarik, hal ini dikarenakan kemasan merupakan sebuah identitas dari sebuah usaha makanan. Agar mencapai tujuan tersebut diperlukan pembuatan desain kemasan baru dan logo untuk produk UMKM yang memiliki identitas sehingga dapat menarik minat konsumen[4]

kemasan berpengaruh terhadap citra dan nilai jual produk. Penggunaan Aplikasi Desain saat ini ada dalam segala bidang salah satunya adalah dengan diterapkannya inovasi untuk pemasaran produk dalam hal ini produk Umpan Cumi pada UMKM Pancing Gebang milik Bapak Rahman[5].

Menekankan pentingnya desain komunikasi visual dalam kemasan untuk meningkatkan daya saing [6], dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, kemasan yang menarik menjadi faktor penting untuk meningkatkan daya tarik produk dan nilai jual. Melalui pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM diberikan pengetahuan dan keterampilan dalam merancang kemasan yang efektif dan sesuai dengan karakter produk mereka[7].

MASALAH

Berdasarkan observasi yang dilakukan kepada mitra, ada beberapa masalah yang dihadapi antara lain:

1. Permasalahan dalam UMKM Pancing Gebang milik Bapak Rahman tersebut adalah mengenai pola pikir dalam memasarkan produknya agar tetap terus berlanjut.
2. Permasalahan pola pikir dalam meningkatkan promosi UMKM Pancing Gebang untuk dapat lebih menambah pendapatan dengan memaksimalkan penggunaan Aplikasi Desain.
3. Permasalahan pola pikir pada UMKM Pancing Gebang milik Bapak Rahman dalam menerapkan metode pemasaran melalui pemanfaatan Aplikasi Desain.

METODE PELAKSANAAN

Artikel terkait UMKM yang memberikan inovasi dalam memasarkan produk, serta meningkatkan promosi dalam pemanfaatan Aplikasi Desain adalah sebagai berikut:

Inovasi pemasaran di kalangan UMKM termasuk memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk meningkatkan promosi produk. Dengan mengadopsi aplikasi desain, UMKM dapat meningkatkan presentasi dan keterlibatan produk, sehingga memperluas jangkauan pasar mereka dan memperkuat daya saing di era digital[8].



UMKM di Desa Brokoh meningkatkan pemasaran mereka melalui strategi inovatif, termasuk rasa baru, kemasan yang menarik, dan promosi yang efektif. Namun, itu tidak secara khusus membahas pemanfaatan Aplikasi Desain untuk inovasi ini[9].

UMKM dapat meningkatkan nilai ekonominya dengan mengoptimalkan branding produk, desain kemasan, dan media promosi. Memanfaatkan aplikasi desain secara efektif di bidang ini mendorong inovasi dan meningkatkan strategi pemasaran, yang pada akhirnya mengarah pada peningkatan pangsa pasar dan keberlanjutan[10].

Meningkatkan pemasaran UMKM dengan melatih peserta dalam pemasaran digital dan desain kemasan inovatif, meningkatkan strategi promosi dan daya saing produk mereka. Peserta belajar memanfaatkan aplikasi desain secara efektif, menciptakan kemasan yang menarik secara visual yang memenuhi standar pasar modern[11]

UMKM dapat meningkatkan pemasaran melalui inovasi sederhana dalam konten promosi digital, memanfaatkan visual berkualitas dan elemen interaktif. Berkolaborasi dengan lembaga pendidikan dapat lebih mendukung penggunaan aplikasi desain yang efektif untuk promosi produk yang lebih baik[12].

UMKM di Kota Baru meningkatkan pemasaran produk melalui desain kemasan inovatif dan pelatihan pemasaran digital, memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce. Pendekatan ini meningkatkan strategi promosi dan daya tarik produk mereka, yang mengarah pada peningkatan jangkauan pasar dan pertumbuhan penjualan[13].

UMKM di Desa Bulakan menerima pelatihan tentang branding, desain kemasan, dan inovasi produk, yang penting untuk meningkatkan strategi pemasaran. Inisiatif ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk dan mempromosikan pemanfaatan aplikasi desain yang efektif[14].

UMKM mode meningkatkan pemasaran digital melalui strategi inovatif dan memanfaatkan aplikasi desain dapat secara signifikan meningkatkan kesadaran merek, keterlibatan pelanggan, dan kinerja penjualan, yang pada akhirnya mengarah pada daya saing dan kemampuan beradaptasi yang lebih besar dalam industri mode yang dinamis[15].

Inovasi produk dan promosi online sangat penting bagi UMKM. Memanfaatkan aplikasi desain meningkatkan strategi pemasaran, menciptakan diferensiasi dan daya saing, sementara promosi online melalui media sosial memperluas jangkauan dan membangun kepercayaan pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan penjualan[16].

UMKM dapat meningkatkan pemasaran dan promosi produk dengan memanfaatkan aplikasi desain untuk membuat logo, kemasan, dan konten media sosial yang menarik secara visual. Pendekatan ini menumbuhkan identitas merek, melibatkan konsumen, dan memanfaatkan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas secara efektif[17]

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra yaitu UMKM Pancing Gebang milik Bapak Rahman, maka solusi yang ditawarkan kepada UMKM adalah dengan memberikan inovasi dalam memasarkan produk, meningkatkan promosi yang dapat mendukung naiknya penjualan produk serta menerapkan metode pemasaran melalui penggunaan Aplikasi Desain.

Adapun langkah-langkah kegiatan yang dilakukan dalam Pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan Persiapan
 - a. Kunjungan konsultasi ke UMKM Pancing Gebang milik Bapak Rahman.
 - b. Merumuskan dan menentukan solusi bagi UMKM Pancing Gebang.

2. Kegiatan Pelaksanaan

a. Pengumpulan kebutuhan

Kunjungan ke UMKM Pancing Gebang untuk melakukan diskusi tentang hasil rumusan masalah mengenai pemanfaatan teknologi pada penjualannya.

b. Perancangan

Mengatur tampilan desain pada kemasan untuk inovasi penjualan bagi UMKM Pancing Gebang.

c. Mengenalkan Aplikasi Desain dan inovasi dalam memasarkan produk UMKM Pancing Gebang kepada pelaku UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil

Gambar 1 berikut merupakan pengantaran mahasiswa PKPM di Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran Lampung Selatan:



Gambar 1. Pengantaran Mahasiswa PKPM di Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran Lampung Selatan

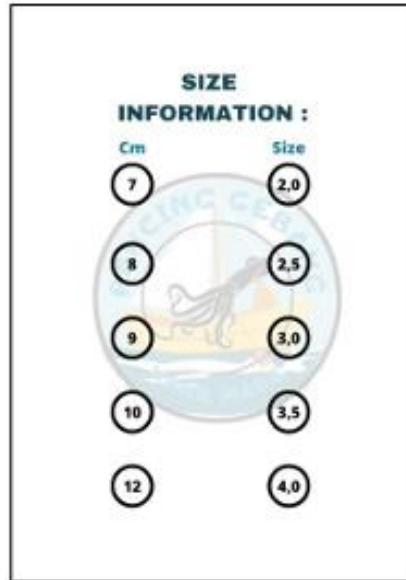
Hasil dari penggunaan Aplikasi Desain pada kemasan produk terhadap inovasi penjualan bagi UMKM Pancing Gebang adalah sebagai berikut:

1. Gambar 2. di bawah ini merupakan desain terbaru dari kemasan produk pada UMKM Pancing Gebang:



Gambar 2. Desain Kemasan Produk pada UMKM Pancing Gebang

2. Gambar 3 berikut merupakan tampilan terbaru dari kemasan produk UMKM Pancing Gebang pada bagian bawah:



Gambar 3. Pembuatan Desain Kemasan Produk pada UMKM Pancing Gebang Bagian Bawah

3. Gambar 4 berikut ini merupakan tampilan penuh desain kemasan yang sudah digabungkan dan siap untuk dicetak:



Gambar 4. Tampilan Penuh dari Desain Kemasan

4.2 Pembahasan

Gambar 5 berikut ini merupakan kegiatan dalam membantu pengolahan umpan cumi

pada UMKM Pancing Gebang:



Gambar 5. Kegiatan Membantu Pengolahan Umpan Cumi di UMKM Pancing Gebang

Desain kemasan UMKM Pancing Gebang pada produk Umpan Cumi dapat memberikan pengaruh kepada penjual dikarenakan bisa membantu penjual dalam melakukan pemasaran produk. Salah satunya adalah memasarkan produk menggunakan strategi pemasaran dengan memaksimalkan Aplikasi Desain yang efektif dan efisien.

Di samping itu sebagai media untuk mempromosikan produk dari UMKM Pancing Gebang dan pelaku UMKM lebih dapat memahami dalam penggunaan Aplikasi Desain.

KESIMPULAN

Hasil dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilakukan pada UMKM Pancing Gebang, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Pemilik UMKM Pancing Gebang, memiliki desain kemasan yang dapat membantu promosi usahanya.
2. UMKM Pancing Gebang telah memiliki logo atau merek sendiri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Tim Redaksi yang telah memberi kesempatan, sehingga artikel pengabdian ini dapat diterbitkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] C. Ren and T. F. Tengku Anuar, "PACKAGING'S LMPACT ON CONSUMER PURCHASE INTENTION: A COMPREHENSIVE REVIEW," *International Journal of Entrepreneurship and Management Practices*, vol. 7, no. 24, pp. 212–219, Mar. 2024, doi: 10.35631/ijemp.724014.
- [2] E. A. Syaputra, S. Amir, F. Syamsuddin, R. Paninggali, and N. Rossalina, "STRATEGI DESAIN PRODUK PACKAGING UNTUK MENDUKUNG PEMASARAN PRODUK UMKM KOTA PONTIANAK," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat ITK (PIKAT)*, vol. 4, no. 2,



- pp. 129–138, Dec. 2023, doi: 10.35718/pikat.v4i2.1076.
- [3] A. B. Santoso, *BUKU AJAR APLIKASI KOMPUTER*, 1st ed. Manado: IAIN Manado Press, 2021.
- [4] E. Krisnaningsih, S. Dwiyatno, A. Dedi Jubaedi, S. Sulistiyono, D. Fernando, and D. Cahyadi, “Desain Kemasan dan Katalog yang Inovatif Kreatif Guna Peningkatan Pemasaran Produk UMKM,” *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, pp. 368–374, Jul. 2025, doi: 10.30656/senama.v2i.127.
- [5] Ita Purnama, Rabiahtun Adwiyah, and Yuwidasari Yuwidasari, “Pengembangan Desain Kemasan Produk sebagai Marketing untuk Meningkatkan Daya Tarik Pelanggan pada UMKM Mie Goreng Zaitun,” *Transformasi Masyarakat: Jurnal Inovasi Sosial dan Pengabdian*, vol. 2, no. 3, pp. 142–147, Jul. 2025, doi: 10.62383/transformasi.v2i3.1733.
- [6] R. Aulia, S. M. Budi, and R. P. Bastari, “Perancangan kemasan berbasis desain komunikasi visual untuk meningkatkan daya saing UMKM sambal Sembayu,” *CREATIVE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 1, no. 1, pp. 89–98, Jan. 2026, doi: 10.65881/creative.v1i1.22.
- [7] E. Chyntia *et al.*, “Kemasan Menarik, Produk Meningkatkan: Edukasi Desain Kemasan untuk Penguatan Branding UMKM,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, vol. 3, no. 4, pp. 698–704, Jul. 2025, doi: 10.58266/jpmb.v3i4.207.
- [8] Anju Andini, Eka Kristina Waruwu, and Yusuf Adzka Tarigan, “Peran Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Medan,” *Jurnal Bisnis Kreatif dan Inovatif*, vol. 2, no. 4, pp. 330–336, Dec. 2025, doi: 10.61132/jubikin.v2i4.1164.
- [9] Hanna Syahria *et al.*, “Inovasi Pemasaran Produk Emping Dan Kripik Tempe Di Umkm Desa Brokoh : Pendekatan Kuliah Kerja Nyata,” *Pemberdayaan Masyarakat : Jurnal Aksi Sosial*, vol. 1, no. 4, pp. 10–20, Sep. 2024, doi: 10.62383/aksisosial.v1i4.625.
- [10] M. Astuti, R. Farid, and F. P. Supandi, “Meningkatkan Nilai Ekonomi UMKM melalui Ekonomi Kreatif dan Design Preneurship,” *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, pp. 226–233, Mar. 2024, doi: 10.37034/infv6i1.837.
- [11] A. A. Syafrani, T. Anggraini, F. Lestari, and E. F. Jauhari, “Edukasi dan Pelatihan Pemasaran Digital untuk Optimalisasi Hasil Penjualan Produk UMKM di Desa Bekiung,” *Journal of Innovation and Sustainable Empowerment*, vol. 5, no. 1, pp. 1–7, Jan. 2026, doi: 10.25134/jise.v5i1.184.
- [12] Toha Maksun, S. Sudarsih, Aep Saepudin, and S. Sumarno, “Optimalisasi Konten Promosi Digital melalui Inovasi Sederhana untuk Peningkatan Daya Saing UMKM,” *Jurnal Visi Manajemen*, vol. 11, no. 2, pp. 338–353, May 2025, doi: 10.56910/jvm.v11i2.772.
- [13] Deni Sabriyanti *et al.*, “Ekspansi Pemasaran melalui Pembaharuan Packaging dan Marketing Sosial Media UMKM Kota Baru,” *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT INDONESIA*, vol. 4, no. 3, pp. 118–128, Sep. 2025, doi: 10.55606/jpmi.v4i3.5904.
- [14] Desma Yuliadi Saputra, Wahyuningsih Wahyuningsih, and Ayu Paujiah, “Meningkatkan Kualitas dan Inovasi Produk Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Lokal di Desa Bulakan Kecamatan Cinangka,” *Kegiatan Positif: Jurnal Hasil Karya Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 3, pp. 70–81, Sep. 2024, doi: 10.61132/kegiatanpositif.v2i3.1250.
- [15] Shintya Carolina and Yorina An’guna Bansa, “Analisis Peran Digital Marketing dan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Fashion di Indonesia: Kajian

-
- Literatur," *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 5, no. 3, pp. 586–597, Nov. 2025, doi: 10.55606/jumbiku.v5i3.6193.
- [16] F. Sirait, D. R. Junita, and D. Arsiyanti, "Peran Inovasi Produk Dan Promosi Online Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM," *Digital Business Progress*, vol. 4, no. 2, pp. 166–172, Dec. 2025, doi: 10.70021/dbp.v4i2.271.
- [17] Alfin Hakim Abdillah and Irdha Yuniarto, "Perancangan Strategi Digital Marketing untuk Meningkatkan Promosi UMKM Ubay Singkong Keju," *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media*, vol. 4, no. 2, pp. 291–302, Oct. 2025, doi: 10.55606/jurrsendem.v4i2.6989.