

Penguatan Identitas Produk UMKM Keripik Singkong melalui Pendampingan Branding dan Desain Kemasan

Lestari Gita Nur'aini*, Rita Mariati, Mariyah, Nasywa Kamila, Gema Melani Dewi, Adrina

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mulawarman

*Email: lestarigitanuraini@gmail.com

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in supporting local economic development; however, many MSMEs still face challenges in building product identity and competitiveness. One of these challenges was experienced by Joyo Langgeng Cassava Chips MSME in Jonggon Jaya Village, Loa Kulu District, Kutai Kartanegara Regency, whose products were marketed using simple packaging without a logo or clear product identity. This community service activity aimed to strengthen product identity through branding assistance and packaging design development. The activity employed a participatory approach involving the business owner in every stage of implementation, including observation, problem identification, logo design, packaging sticker development, implementation, and evaluation. The results showed that the assistance program successfully produced a business logo and packaging sticker that could be directly applied to the product packaging. The implementation of the new visual identity improved the appearance of the packaging, making it more attractive, informative, and professional. In addition, the activity enhanced the partner's understanding of the importance of branding and packaging as marketing tools that support product recognition and competitiveness. The development of logo and packaging stickers not only serves as a product identity but also contributes to improving the product image and strengthening the market position of Joyo Langgeng Cassava Chips MSME.

Keywords: Product Identity, Product Packaging, Cassava Chips.

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian daerah, namun masih banyak UMKM yang menghadapi kendala dalam membangun identitas produk dan meningkatkan daya saing usaha. Kondisi tersebut dialami oleh UMKM Joyo Langgeng Keripik Singkong di Desa Jonggon Jaya, Kecamatan Loa Kulu, Kabupaten Kutai Kartanegara yang masih menggunakan kemasan sederhana tanpa logo dan identitas produk yang jelas. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat identitas produk melalui pendampingan branding dan pengembangan desain kemasan. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dengan melibatkan pemilik usaha pada setiap tahapan kegiatan yang meliputi observasi, identifikasi permasalahan, perancangan logo, pembuatan desain stiker kemasan, implementasi, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendampingan berhasil menghasilkan logo usaha dan stiker kemasan yang dapat diaplikasikan secara langsung pada produk. Penerapan identitas visual tersebut memberikan perubahan pada tampilan kemasan menjadi lebih menarik, informatif, dan profesional dibandingkan sebelumnya. Kegiatan ini juga meningkatkan pemahaman mitra mengenai pentingnya branding dan kemasan sebagai sarana promosi dan penguatan identitas produk. Pengembangan logo dan stiker kemasan tidak hanya berfungsi sebagai identitas produk, tetapi juga menjadi langkah awal dalam meningkatkan citra produk serta memperkuat daya saing UMKM Joyo Langgeng Keripik Singkong di pasar.

Kata Kunci: Identitas Produk, Kemasan Produk, Keripik Singkong.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pengembangan ekonomi berbasis potensi lokal. Peran strategis UMKM semakin penting

dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah karena sebagian besar pelaku usaha memanfaatkan sumber daya yang tersedia di lingkungan sekitar untuk menghasilkan produk yang memiliki nilai ekonomi (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2020). Persaingan pasar yang semakin kompetitif menuntut pelaku UMKM untuk tidak hanya berfokus pada kualitas produk, tetapi juga pada kemampuan membangun identitas produk yang mampu menarik perhatian konsumen dan membedakannya dari produk sejenis yang beredar di pasaran.

Identitas produk menjadi salah satu faktor penting dalam membangun citra usaha dan meningkatkan daya saing produk. Branding merupakan proses penciptaan identitas dan citra yang dapat membentuk persepsi konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Keberadaan identitas merek yang kuat membantu konsumen mengenali produk, meningkatkan kepercayaan, serta menciptakan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang (Kotler & Keller, 2016). Kemasan produk tidak hanya berfungsi sebagai sarana perlindungan terhadap produk, tetapi juga berperan sebagai media komunikasi visual yang mampu menyampaikan identitas dan nilai suatu merek kepada konsumen (Kusumawati, et al., 2022). Peran tersebut menjadikan kemasan sebagai salah satu instrumen penting dalam strategi branding yang dapat meningkatkan daya tarik sekaligus nilai jual produk. Branding dan packaging merupakan elemen strategis yang saling mendukung dalam memperkuat posisi produk UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Kemasan produk memiliki fungsi yang tidak hanya terbatas sebagai pelindung produk, hasil temuan sebelumnya menunjukkan bahwa inovasi desain kemasan mampu meningkatkan daya tarik visual produk sekaligus memperkuat branding UMKM (Vinsensia, et al., 2023). Hasil pengabdian yang dilakukan Sutarti juga menunjukkan bahwa peningkatan kualitas kemasan berkontribusi terhadap penguatan branding dan daya saing produk UMKM (Robiani, et al., 2024). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa desain kemasan yang menarik dan informatif memiliki peran penting dalam meningkatkan nilai tambah produk sekaligus memperluas peluang pemasaran. Produk yang memiliki identitas visual yang jelas melalui penggunaan logo, desain, dan informasi kemasan yang menarik cenderung lebih mudah dikenali, diingat, serta dipercaya oleh konsumen dibandingkan produk yang tidak memiliki karakteristik pembeda yang kuat.

Berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada penguatan branding dan desain kemasan menunjukkan dampak positif terhadap perkembangan UMKM. Pendampingan branding dan pengemasan produk mampu meningkatkan pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya identitas visual dalam strategi pemasaran serta membantu menciptakan kemasan yang lebih menarik dan kompetitif (Aula, et al., 2024). Kegiatan edukasi desain kemasan menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan desain kemasan dapat meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam merancang kemasan yang lebih informatif, estetis, dan sesuai dengan karakteristik produk sehingga mampu memperkuat citra merek serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan (Chyntia, et al., 2025). Hal serupa juga diterapkan pada pengembangan desain kemasan produk keripik singkong yang mampu meningkatkan daya tarik produk dan mendorong minat beli konsumen (Dewanti, et al., 2021). Kondisi tersebut sejalan dengan hasil penelitian pada UMKM Cahaya Rasa yang menunjukkan bahwa branding dan kemasan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, dimana citra merek yang kuat serta kemasan yang menarik dan informatif mampu meningkatkan kecenderungan konsumen untuk memilih dan membeli produk yang ditawarkan (Himma, et al., 2025).

UMKM Joyo Langgeng Keripik Singkong yang berlokasi di Desa Jonggon Jaya, Kecamatan Loa Kulu, Kabupaten Kutai Kartanegara merupakan salah satu usaha pengolahan hasil pertanian yang memanfaatkan singkong sebagai bahan baku utama. Usaha ini telah beroperasi selama kurang lebih 3,5 tahun dengan kapasitas produksi mencapai 50–60 kg per hari. Potensi usaha yang dimiliki cukup besar karena didukung oleh ketersediaan bahan baku lokal serta permintaan pasar yang relatif stabil. Hasil observasi menunjukkan bahwa produk keripik singkong yang dihasilkan masih menggunakan kemasan sederhana tanpa logo usaha dan identitas produk yang jelas. Informasi yang tercantum pada kemasan juga masih terbatas sehingga fungsi kemasan sebagai media promosi belum dimanfaatkan secara optimal. Kondisi tersebut menyebabkan produk kurang memiliki karakteristik yang membedakannya dari produk sejenis yang beredar di pasar sehingga berpotensi mengurangi daya tarik konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Permasalahan pada aspek identitas produk dan kemasan menjadi salah satu faktor yang dapat menghambat pengembangan usaha karena branding yang lemah akan menyulitkan produk untuk dikenal dan diingat oleh konsumen. Penguatan identitas produk melalui pengembangan logo usaha dan desain kemasan yang lebih menarik diperlukan untuk meningkatkan nilai tambah produk sekaligus memperkuat citra usaha di mata konsumen. Upaya tersebut juga sejalan dengan kebutuhan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif dan menuntut produk memiliki keunggulan tidak hanya dari segi kualitas, tetapi juga

dari aspek visual dan komunikasi pemasaran. Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui pendampingan branding dan desain kemasan pada UMKM Joyo Langgeng Keripik Singkong. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat identitas produk melalui pengembangan logo usaha dan stiker kemasan yang lebih informatif dan menarik sehingga dapat meningkatkan daya tarik visual produk, memperkuat branding usaha, serta mendukung peningkatan daya saing UMKM di pasar.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada UMKM Joyo Langgeng Keripik Singkong yang berlokasi di Desa Jonggon Jaya, Kecamatan Loa Kulu, Kabupaten Kutai Kartanegara pada bulan Mei 2026. Kegiatan dilakukan dengan pendekatan partisipatif yang melibatkan pemilik usaha dalam setiap tahapan pendampingan guna menghasilkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan mitra. Pemilihan UMKM Joyo Langgeng Keripik Singkong didasarkan pada hasil observasi yang menunjukkan bahwa usaha ini memiliki potensi pengembangan yang besar melalui penguatan identitas produk. Kemasan yang masih sederhana tanpa logo dan identitas visual yang jelas menjadi permasalahan utama yang perlu mendapatkan pendampingan guna meningkatkan daya saing produk di pasar.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi kondisi usaha serta permasalahan yang dihadapi UMKM. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa produk keripik singkong belum memiliki identitas produk yang jelas karena kemasan yang digunakan masih sederhana dan belum dilengkapi logo maupun stiker kemasan. Berdasarkan kondisi tersebut, dilakukan pendampingan melalui perancangan logo usaha dan desain stiker kemasan yang disesuaikan dengan karakteristik produk. Desain yang telah disepakati kemudian dicetak dan diaplikasikan pada kemasan produk. Kegiatan dilanjutkan dengan sosialisasi mengenai pentingnya branding dan kemasan dalam mendukung pemasaran produk, kemudian diakhiri dengan evaluasi untuk mengetahui kesesuaian hasil pendampingan dengan kebutuhan mitra

Pengumpulan data pada pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan melalui, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang terkumpul tersebut kemudian digunakan untuk menyusun kegiatan pendampingan kepada Masyarakat, yang disusun melalui tahapan

1. Melakukan observasi dan identifikasi kondisi usaha UMKM.
2. Mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi pelaku usaha.
3. Melakukan diskusi dengan pemilik usaha mengenai kebutuhan pengembangan produk.
4. Mendesain logo usaha yang sesuai dengan karakteristik produk keripik singkong.
5. Membuat desain stiker kemasan yang memuat identitas produk.
6. Melakukan pencetakan dan pemasangan stiker pada kemasan produk.
7. Melakukan evaluasi hasil pendampingan bersama pemilik usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Permasalahan Mitra

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa UMKM Joyo Langgeng Keripik Singkong merupakan usaha pengolahan makanan ringan berbahan baku singkong yang telah beroperasi selama kurang lebih 3,5 tahun dengan kapasitas produksi mencapai 50–60 kg per hari. Produk dipasarkan melalui penjualan langsung, penitipan pada beberapa toko kelontong, serta koperasi sekolah. Ketersediaan bahan baku yang berasal dari hasil budidaya sendiri dan petani sekitar menjadi salah satu potensi yang mendukung keberlanjutan usaha.

Meskipun memiliki potensi usaha yang cukup baik, hasil identifikasi menunjukkan bahwa produk keripik singkong yang dipasarkan masih menggunakan kemasan sederhana tanpa logo dan identitas usaha yang jelas. Kondisi tersebut menyebabkan produk kurang memiliki daya pembeda dibandingkan produk sejenis serta sulit dikenali oleh konsumen. Informasi produk yang terdapat pada kemasan juga masih terbatas sehingga fungsi kemasan sebagai media promosi belum dimanfaatkan secara optimal.



Gambar 1. Wawancara dengan pemilik UMKM

Permasalahan pada aspek identitas produk menjadi fokus utama kegiatan pendampingan. Keberadaan logo dan kemasan yang menarik memiliki peran penting dalam membangun citra usaha, meningkatkan pengenalan produk, serta mendukung pemasaran yang lebih efektif. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa branding dan kemasan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen karena mampu meningkatkan persepsi kualitas dan kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan.

Pelaksanaan Pendampingan Branding dan Desain Kemasan

Kegiatan pendampingan diawali dengan identifikasi kebutuhan mitra melalui diskusi dan wawancara dengan pemilik usaha. Hasil diskusi menunjukkan bahwa UMKM belum memiliki logo usaha yang dapat digunakan sebagai identitas produk, sedangkan kemasan yang digunakan masih polos dan belum memberikan informasi yang memadai kepada konsumen. Kondisi tersebut menjadi dasar dalam penyusunan program pendampingan yang difokuskan pada pengembangan logo dan stiker kemasan produk.

Tahap selanjutnya adalah perancangan logo usaha. Penyusunan konsep logo dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik usaha, jenis produk yang dihasilkan, serta kemudahan pengenalan oleh konsumen. Logo dirancang dengan tampilan yang sederhana namun tetap menarik sehingga dapat mencerminkan identitas UMKM Joyo Langgeng Keripik Singkong dan mudah diaplikasikan pada berbagai media promosi.



Gambar 2. Proses pendampingan dalam proses pengemasan produk

Setelah logo selesai dirancang, kegiatan dilanjutkan dengan pembuatan desain stiker kemasan. Desain stiker memuat nama usaha, logo produk, dan identitas produk yang bertujuan untuk meningkatkan kemudahan pengenalan produk oleh konsumen. Stiker kemudian dicetak dan diaplikasikan pada kemasan produk sehingga menghasilkan tampilan yang lebih menarik, informatif, dan profesional dibandingkan kemasan sebelumnya.

Hasil Pendampingan

Kegiatan pendampingan menghasilkan logo usaha dan stiker kemasan yang dapat digunakan sebagai identitas produk UMKM Joyo Langgeng. Sebelum kegiatan dilaksanakan, produk keripik singkong dipasarkan menggunakan kemasan sederhana tanpa identitas usaha yang jelas. Setelah pendampingan dilakukan, produk telah memiliki identitas visual berupa logo dan stiker kemasan yang mampu mencerminkan karakter usaha serta membedakannya dari produk sejenis.

Penggunaan stiker kemasan memberikan perubahan yang cukup signifikan terhadap tampilan produk. Kemasan yang sebelumnya terlihat sederhana menjadi lebih menarik, informatif, dan memiliki nilai estetika

yang lebih baik. Keberadaan logo dan stiker juga memberikan kesan bahwa produk dikelola secara lebih profesional sehingga berpotensi meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan.



Gambar 3. Hasil kemasan produk yang sudah jadi

Hasil pendampingan tidak hanya berupa perubahan fisik pada kemasan, tetapi juga peningkatan pemahaman mitra mengenai pentingnya branding dalam pengembangan usaha. Pemilik usaha mulai memahami bahwa keberhasilan pemasaran tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan produk dalam membangun identitas dan citra yang baik di mata konsumen.

Temuan tersebut sejalan dengan Chyntia et al. (2025) yang menyatakan bahwa desain kemasan yang informatif dan menarik mampu memperkuat citra merek serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM. Hasil ini juga mendukung penelitian mengenai UMKM Cahaya Rasa yang menunjukkan bahwa branding dan kemasan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, pengembangan logo dan stiker kemasan pada UMKM Joyo Langgeng tidak hanya berfungsi sebagai identitas produk, tetapi juga menjadi langkah awal dalam meningkatkan daya tarik dan daya saing produk di pasar.

Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu menghasilkan identitas produk yang lebih jelas melalui pengembangan logo dan stiker kemasan. Identitas visual yang baru diharapkan dapat digunakan secara berkelanjutan sebagai sarana promosi, memperkuat pengenalan merek, dan mendukung pengembangan usaha pada masa mendatang.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pendampingan branding dan desain kemasan pada UMKM Joyo Langgeng Keripik Singkong telah berhasil dilaksanakan dan menghasilkan identitas visual produk berupa logo usaha dan stiker kemasan yang dapat digunakan sebagai sarana pengenalan produk. Pendampingan yang dilakukan mampu mengatasi permasalahan utama mitra berupa belum adanya identitas produk yang jelas serta kemasan yang masih sederhana. Implementasi logo dan stiker kemasan memberikan perubahan pada tampilan produk menjadi lebih menarik, informatif, dan profesional sehingga berpotensi meningkatkan daya tarik produk, memperkuat citra usaha, dan mendukung peningkatan daya saing UMKM di pasar.

Saran yang diberikan berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan dalam pengembangan usaha UMKM Joyo Langgeng Keripik Singkong perlu dilanjutkan melalui penguatan strategi pemasaran yang memanfaatkan media digital dan platform media sosial agar jangkauan pasar menjadi lebih luas. Upaya pendampingan berikutnya juga dapat diarahkan pada pengembangan desain kemasan yang lebih inovatif, peningkatan legalitas produk, serta optimalisasi pemasaran berbasis digital sehingga identitas produk yang telah dibangun dapat memberikan manfaat yang lebih besar terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Aula, R., Maulida, I., Raudhatinur, Anora, A., Mustika, V.M. 2024. Pendampingan Pembuatan Logo Dan Inovasi Kemasan Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk UMKM Di Desa Paya Bili. *Jurnal Pengabdian Ekonomi dan Sosial*, 3(2), pp. 23-27.
- Chyntia, E., Wardana, D.P., Rahmalia, L., Ulfira, Aisy, N.R., Harif, M., Pratama, A.A., Hutasoit, M.R. 2025. Kemasan Menarik, Produk Meningkatkan: Edukasi Desain Kemasan untuk Penguatan Branding UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 3(4), pp. 698-704.
- Dewanti, R. P., Ningsih, H., Paryanto, E. & Yudhanto, S. H., 2021. Desain kemasan produk umkm makanan ringan sebagai peningkatan daya beli konsumen keripik singkong. *Jurnal Pengabdian Masyarakat untuk Negeri*, 1(2), pp. 50-56.
- Himma, M., Nurtjahjani, F., Poernamawati, D.E., Rachmi, A., Muwidha, M., Novitasari, A.F. 2025. The Effect Of Branding And Packaging On Purchase Decisions In Umkm Cahaya Rasa, Wringinsongo Village, Malang Regency. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS Journal)*, 5(4), pp. 3592-3599.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2020. Laporan Kinerja Koperasi dan UMKM Indonesia. Jakarta: Kemenkop UKM RI.
- Kotler, P. & Keller, K. L., 2016. *Marketing Management* (15th ed.). 15th ed. Inggris: Pearson Education..
- Kusumawati, D. N. I., Kusumah, W. I. & Wibisono, W., 2022. Analisis desain kemasan produk UMKM makanan tradisional lempeng berbahan alami memiliki daya tarik dan ketahanan mutu produk.. *Jurnal Nawala Visual*, 4(1), pp. 41-49.
- Robiani, B., Mukhlis, M., Sukanto, S., Hamira, H., Apriani, D. 2024. Peningkatan Kualitas Packaging Produk UMKM Untuk Meningkatkan Penjualan di Desa Sungsang 4. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 5(1), pp. 31-42.
- Vinsensia, D., Utami, Y., Jannah, N. & Wulandari, D. I., 2023. Penerapan inovasi desain kemasan sebagai branding produk usaha mikro kecil menengah (UMKM).. *UMKM*. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), pp. 2306-2311.