


 COMMUNITY
SERVICE
PROGRESS

COMMUNITY SERVICES PROGRESS

EISSN : 2962-0422

www.journal.stie-binakarya.ac.id

Meningkatkan Daya Saing UMKM Tempe: Inovasi Kemasan dan Edukasi Pemasaran di Desa Dolok Sagala

Titin Elfrida Situmorang¹, Suwadi^{2*}, Yenni Arfah², Rika Zalukhu², Abednego Ketaren², Nursaimatussaddiya², Azril Syahputra², Rahma Yanti Batubara², Putri Andria²

Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli¹
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bina Karya²

E-mail: suwadi@gmail.com*

ABSTRACT

This community service program was conducted in Dolok Sagala Village, Dolok Masihul District, Serdang Bedagai Regency, as part of the Community Service Program (KKN) of STIE Bina Karya Tebing Tinggi. The program focused on the theme "Product and Packaging Innovation to Attract Consumers to MSMEs in Dolok Sagala." The program's primary target was a local tempeh MSME owned by Mrs. Merry and Mr. Jumiran. Methods used included observation, interviews, and direct implementation, including designing and producing new, more attractive product packaging, as well as promotional media such as stickers and banners. The results demonstrated the creation of new packaging aimed at increasing sales value, attractiveness, and consumer trust. In addition to the main MSME program, supporting activities were also implemented, such as anti-bullying outreach in elementary schools and the installation of educational signs on waste management. These activities successfully provided new insights for MSMEs regarding the importance of branding and packaging in increasing product competitiveness.

Keywords: *Packaging Innovation, Branding, MSMEs*

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Dolok Sagala, Kecamatan Dolok Masihul, Kabupaten Serdang Bedagai, sebagai bagian dari program Kuliah Kerja Nyata (KKN) STIE Bina Karya Tebing Tinggi. Kegiatan ini berfokus pada tema "Inovasi Produk dan Kemasan Untuk Menarik Konsumen Pada UMKM di Dolok Sagala". Sasaran utama program adalah UMKM tempe lokal milik Ibu Merry dan Bapak Jumiran. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan implementasi langsung berupa perancangan dan pembuatan kemasan produk baru yang lebih menarik, serta pembuatan media promosi seperti stiker dan spanduk. Hasil kegiatan menunjukkan terciptanya kemasan baru yang bertujuan meningkatkan nilai jual, daya tarik, dan kepercayaan konsumen. Selain program

utama UMKM, dilaksanakan pula kegiatan pendukung seperti sosialisasi anti-*bullying* di sekolah dasar dan pemasangan plang edukasi pengelolaan sampah. Kegiatan ini berhasil memberikan wawasan baru bagi pelaku UMKM mengenai pentingnya *branding* dan kemasan dalam meningkatkan daya saing produk.

Kata kunci: Inovasi Kemasan, *Branding*, UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam struktur perekonomian nasional. UMKM tidak hanya berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga menjadi penyerap tenaga kerja terbesar, sehingga vital dalam upaya pengentasan kemiskinan (Tambunan, 2019).

Di tengah era persaingan yang ketat, UMKM dituntut untuk terus berinovasi. Dua aspek krusial yang seringkali menjadi tantangan bagi UMKM adalah kemasan (packaging) dan branding. Kemasan telah berevolusi dari sekadar pelindung produk menjadi "penjual bisu" (silent salesman) yang mampu menarik minat konsumen secara visual (Klimchuk & Krasovec, 2013). Kemasan yang baik dapat meningkatkan persepsi nilai (perceived value) dan melindungi kualitas produk. Sementara itu, branding adalah proses penciptaan identitas unik yang membedakan produk dari pesaing dan membangun loyalitas pelanggan (Wheeler, 2017).

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu bentuk pengabdian mahasiswa kepada masyarakat. Tim KKN Kelompok 5 dari STIE Bina Karya Tebing Tinggi ditempatkan di Desa Dolok Sagala, Kabupaten Serdang Bedagai. Berdasarkan observasi awal, desa ini memiliki beragam potensi usaha yang dapat dikembangkan. Namun, terdapat kelemahan berupa kurangnya kesadaran masyarakat akan potensi desa dan rendahnya minat untuk mengelola usaha sendiri (UMKM).

Salah satu UMKM yang menjadi fokus adalah usaha tempe milik warga, yaitu Ibu Merry dan Bapak Jumiran. Permasalahan utama yang teridentifikasi adalah kurangnya inovasi pada produk dan kemasan sehingga kurang mampu menarik minat konsumen secara luas. Oleh karena itu, program pengabdian ini dirancang untuk memberikan pendampingan dan solusi praktis dalam inovasi kemasan dan strategi pemasaran dasar untuk meningkatkan daya saing UMKM tersebut.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama kurang lebih satu bulan, dimulai dari 03 Agustus hingga 31 Agustus 2025. Metode yang digunakan dalam program ini adalah pendekatan partisipatif, di mana mahasiswa berinteraksi langsung dengan masyarakat dan pelaku UMKM.

Tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi:

1. Observasi dan Koordinasi: Tim melakukan observasi awal dan wawancara dengan Kepala Desa serta pelaku UMKM untuk mengidentifikasi permasalahan, kebutuhan, dan potensi yang ada di Desa Dolok Sagala. Koordinasi dengan perangkat desa juga dilakukan untuk memastikan keselarasan program.
2. Identifikasi Sasaran: Berdasarkan analisis, ditetapkan fokus utama program adalah pendampingan UMKM tempe milik Ibu Merry dan Pak Jumiran di Dusun II.

3. Perancangan dan Implementasi: Mahasiswa merancang konsep inovasi kemasan produk tempe. Implementasi dilakukan dengan memberikan wawasan mengenai cara pemasaran produk , serta membantu proses pembuatan kemasan baru yang lebih menarik, label , dan media promosi berupa spanduk.
4. Program Pendukung: Untuk melengkapi program utama, dilaksanakan pula kegiatan pendukung yang bersifat sosial dan edukatif, seperti sosialisasi di sekolah dasar , kerja bakti kebersihan , partisipasi dalam perayaan HUT RI ke-80 , dan pemasangan plang edukasi sampah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama pelaksanaan KKN, program kerja yang telah direncanakan berhasil direalisasikan dengan fokus utama pada pemberdayaan UMKM tempe.

1. Inovasi Kemasan dan Branding UMKM Tempe Program utama ini bertujuan untuk meningkatkan nilai jual produk tempe lokal. Mahasiswa KKN memberikan wawasan kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya pengemasan dan pemasaran.

Hasil konkrit dari program ini adalah:

- a) Inovasi Kemasan: Mahasiswa merancang dan membuat inovasi kemasan produk UMKM Tempe. Kemasan baru (terlihat pada Gambar 3.8 dalam laporan) dirancang untuk lebih menarik, higienis, dan informatif. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan daya tarik, nilai jual, dan kepercayaan konsumen terhadap produk. Inovasi ini juga menjadi langkah awal bagi UMKM dalam membangun branding agar produk lebih mudah dikenal dan mampu bersaing.
- b) Media Promosi: Selain kemasan, tim KKN juga menyerahkan stiker dan memasang spanduk untuk UMKM Tempe (terlihat pada Gambar 3.9 dalam laporan). Pemasangan spanduk ini berfungsi sebagai alat promosi untuk memperkuat branding dan memperluas jangkauan pemasaran di tingkat lokal.
2. Program Pendukung Kemasyarakatan Selain berfokus pada UMKM, tim KKN juga berkontribusi dalam bidang pendidikan, sosial, dan lingkungan di Desa Dolok Sagala:
 - a) Bidang Pendidikan: Melaksanakan sosialisasi tentang bullying di SD Dusun II dan V. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dini kepada siswa mengenai dampak negatif bullying.
 - b) Bidang Lingkungan: Mahasiswa membuat dan memasang plang edukasi mengenai lamanya sampah terurai di alam. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran lingkungan dan mendorong masyarakat agar lebih bijak dalam mengelola sampah serta membuangnya pada tempatnya.
 - c) Bidang Sosial: Tim KKN berpartisipasi aktif dalam kegiatan gotong royong (kerja bakti) bersama warga dan turut serta dalam memeriahkan Upacara Peringatan HUT RI ke-80 di Stadion Dolok Masihul.

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan KKN di Desa Dolok Sagala, yang berlangsung dari 02 Agustus hingga 01 September 2025, dapat disimpulkan berjalan dengan baik. Program utama berupa inovasi kemasan dan media promosi untuk UMKM tempe telah berhasil dilaksanakan. Mahasiswa mampu mentransfer ilmu yang diperoleh di perkuliahan kepada masyarakat, khususnya dalam upaya peningkatan kualitas ekonomi dan kemajuan UMKM. Masyarakat Desa Dolok Sagala juga menunjukkan sikap terbuka dan mendukung penuh program yang dilaksanakan. **Saran** Berdasarkan evaluasi kegiatan, terdapat beberapa saran untuk perbaikan di masa mendatang. Sebaiknya durasi pelaksanaan KKN dirancang lebih dari satu bulan. Waktu satu bulan dirasa terlalu cepat dan kurang efektif untuk memastikan keberlanjutan program kerja yang telah direncanakan. Kepada masyarakat Desa Dolok Sagala, khususnya pelaku UMKM, diharapkan agar apa yang telah diberikan dan diinisiasi oleh mahasiswa KKN dapat terus diterapkan dan dikembangkan secara mandiri, sehingga dapat memajukan kegiatan ekonomi di Desa Dolok Sagala secara berkelanjutan.

REFERENSI

- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2013). *Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf*. John Wiley & Sons.
- Rohimah, R., & Kurnia, S. T. (2021). Inovasi produk UMKM melalui variasi rasa dan kemasan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 23–30.
- Sari, I., & Putri, D. (2021). Pengembangan UMKM Jajan Sengait di Desa Sading Melalui Inovasi Branding dan Packaging. *INTEGRITAS: Jurnal Pengabdian*, 5(2), 269-275.
- Tambunan, T. T. (2019). *The Development of MSMEs in Developing Countries: A Case Study of Indonesia*. Palgrave Macmillan.
- Tobing, L., & Aini, N. (2022). Kemasan sebagai identitas merek UMKM. *Jurnal Desain Produk*, 6(3), 67–75.
- Wheeler, A. (2017). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. John Wiley & Sons.