

PKM UKM Elok Mekar Sari Surabaya Melalui Pembinaan Manajemen Desain Produk Kemasan Untuk Meningkatkan “Kesadaran Merek” Kepada Konsumen

Yosef Richo.ST.,MSM^[1] (Universitas Dinamika)

Martinus Sony Estiawan.SE.,MSA^[2] (Universitas Dinamika)

Jason Umbu Wiliam^[3] (Universitas Dinamika)

Yolanda WidyaKharistia^[4] (Universitas Dinamika)

e-mail: yosef@dinamika.ac.id, martinus@dinamika.ac.id

Abstrak. UMKM Elok Mekar Sari Surabaya merupakan salah satu UKM yang di membawahi beberapa unit usaha, tercatat pada PKM ini UKM Elok Mekar Sari memiliki lebih dari 30 UMKM dan 50 lebih karya produk unggulan. Setiap unit usaha memiliki produk-produk hasil olahan sendiri-sendiri, yang merupakan hasil kreativitas dan inovasi dari anggota UKM. Untuk memperkenalkan produk mereka pasar, selama ini kegiatan promosi yang dilakukan sebatas bazar dan pameran. Banyak produk yang unik dan menarik tetapi belum banyak dikenal oleh masyarakat luas, mengakibatkan banyak produk yang belum terserap kepasar secara maksimal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola UMKM Elok Mekar Sari, produk-produk olahan hasil unit usahanya belum, banyak diketahui oleh masyarakat luas. Program kemitraan ini adalah untuk memberikan wadah terhadap produk-produk olahan unit usaha UMKM Elok Mekar Sari untuk meningkatkan *brand awareness* melalui desain produk terutama desain kemasan. Dengan pengembangan *brand awareness*, Pengelola UMKM berharap produk-produknya lebih dikenal oleh masyarakat luas, serapan pasar kantitasnya besar, sehingga bisa memberikan kesejahteraan bagi anggota.

Untuk menjawab permasalahan mitra UMKM Elok Mekar Sari tersebut salah satu program kemitraan yang akan dilakukan adalah membuat beberapa Desain terutama desain kemasan sebagai media untuk membantu promosi dan meningkatkan *brand awareness* produk-produk Unit usaha UMKM Elok Mekar Sari.

Demikian juga kegiatan yang akan dilakukan yaitu memberikan pelatihan konsultasi pengembangan produk melalui desain kemasan maupun desain produk lainnya.

Keyword: *UMKM, Kesadaran Merek, Desain Produk Kemasan*

Abstract. *UMKM Elok Mekar Sari Surabaya is one of the UKM that is in charge of several business units, it is recorded in this PKM UMKM Elok Mekar Sari has more than 30 UMKM and 50 more superior product works. Each business unit has its own processed products, which are the result of creativity and innovation from members. To introduce their products to the market, so far the promotional activities carried out are limited to bazaars and exhibitions. There are many unique and interesting products but not yet widely known by the wider community, resulting in many products that have not been fully absorbed into the market.*

Based on the results of interviews with the manager of Elok Mekar Sari, the processed products produced by their business units are not yet widely known by the public. This partnership program is to provide a platform for the processed products of the Elok Mekar Sari business unit to increase brand awareness through product design, especially packaging design. With the development of brand awareness, SME managers hope that their products will be better known by the wider community, with a large market absorption, so that they can provide welfare for members.

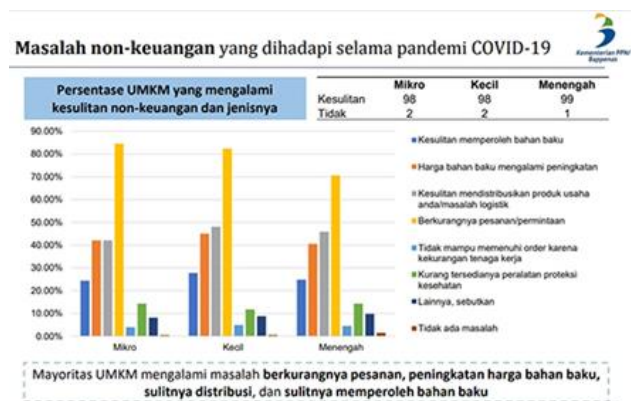
To answer the problems of the Elok Mekar Sari partners, one of the partnership programs that will be carried out is to make several designs, especially packaging designs as a medium to help promote and increase brand awareness of the products of the Elok Mekar Sari SME business unit. Likewise, the activities that will be carried out are providing product development consulting training through packaging design and other product design

Keyword: *UMKM, Brand Awareness, Packaging Product Design*

I. PENDAHULUAN

1.1 Dampak Pandemi Covid Pada UMKM

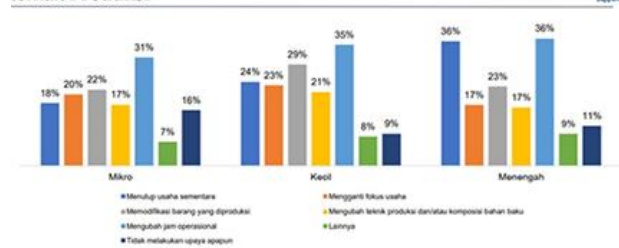
Pandemi Covid mengakibatkan hampir semua sector bisnis mengalami penurunan daya jual-beli, dampak tersebut dirasakan kuat terutama pada sektor bisnis pada UMKM, menurut data statistik dari kementerian PPN/Bapenas terkait “Dampak pandemi Covid terhadap UMKM Desember 2020”, menyebutkan bahwa mayoritas UMKM mengalami kesulitan keuangan dikarenakan penurunan pesanan atau penjualan, kesulitan distribusi bahkan bahan baku. Penurunan daya beli konsumen atau pesanan terhadap produk UMKM menjadi faktor tertinggi bagi masalah keuangan (turun hingga 80-90%)^[1].



Gambar 1.1 data statistik UMKM terkait masalah keuangan

Selanjutnya dalam data statistik PPN/Bapenas tersebut menunjukkan mayoritas UMKM di Indonesia melakukan inisiasi berbagai strategi menghadapi dampak pandemi, mulai dari menutup usaha sementara, tidak melakukan apapun, bahkan memodifikasi barang yang diproduksi.

Inisiatif transformasi usaha yang telah dilakukan terkait Produksi



Gambar 1.2 data statistik UMKM terkait inisiasi menghadapi dampak pandemi

Menilik dari data diatas, tentu saja inisiasi UMKM dengan cara tidak melakukan apa-apa dan menutup usaha adalah bukanlah cara yang diharapkan. Untuk itu diperlukan strategi yang dapat dilakukan pihak Dosen PKM untuk membantu pihak UMKM agar nantinya dapat meningkatkan daya beli lagi dengan cara memodifikasi produk.

1.2 Program Peningkatan Daya Jual UMKM Melalui Brand Awareness

Salah satu strategi didalam peningkatan minat penjualan atau daya beli produk kepada kosumen adalah melalui strategi penjualan *Brand Awareness* atau Kesadaran Merek, menurut Gie (2021) mengatakan kesadaran merek adalah sejauh mana merek dikenali oleh kelompok sasaran dan dikaitkan dengan produk atau kategori produk. Kesadaran merek adalah tahap pertama untuk secara strategis memengaruhi proses pengambilan keputusan pelanggan^[2].

Kesadaran Merek pada produk perlu dikembangkan dari tahun ke tahun. Saat ini, Kesadaran Merek memiliki peranan sangat penting pada dunia bisnis terutama bagi kelas bisnis UMKM. Kesadaran Merek adalah salah satu cara manajemen pada peningkatan alat promosi yang efektif untuk memperkenalkan produk suatu perusahaan, produk baru, memperoleh masukan, mendapatkan order, berkomunikasi dengan pelanggan maupun investor dan seterusnya.

Selanjutnya dengan peningkatan minat dan pengalaman konsumen terhadap branding, maka ingatan dan loyalitas konsumen terhadap produk akan terus meningkat, pada turunan sistem peningkatan Kesadaran Merek, peningkatan merek melalui desain kemasan dapat menjadi salah satu solusi bagi UMKM yang ingin mengembangkan bisnis baik didunia nyata ataupun maya. Dengan kata lain Merek adalah cara meningkatkan produk perusahaan.

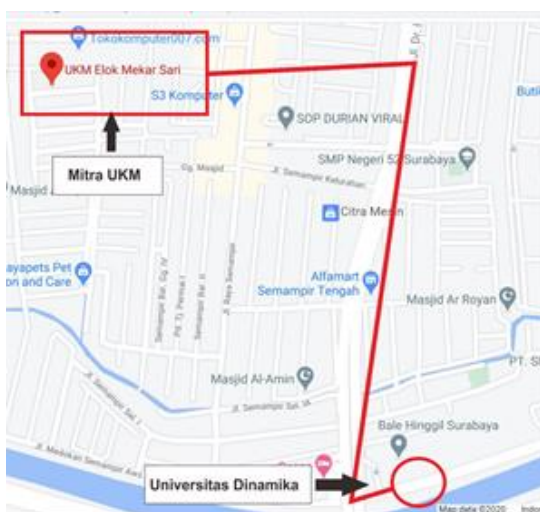
Promosi Kesadaran Merek melalui peningkatan Merek desain kemasan dapat dilakukan dengan berbagai cara kepada pihak perusahaan ataupun UMKM, melalui proses

pembinaan pada dengan konsultasi dan bimbingan yang perlu dilakukan jika perusahaan tersebut masih berupa UMKM dan hal tersebut dapat dilakukan kepada anggota UMKM dengan harapan produk mereka semakin diminati konsumen.

1.3 UMKM Elok Semolowaru Surabaya

UMKM Elok Mekar Sari merupakan salah satu UMKM yang berada di Kelurahan Semolowaru, kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya. UMKM ini mempunyai 4 unit usaha utama dari budidaya, yaitu: budidaya jamur, budidaya lele dan budidaya jangkrik meskipun juga ada produk-produk lain dari UMKM ini yang tidak beraal dari proses budidaya yang dilakukan. Unit usaha UMKM Elok Mekar Sari terdiri dari unit usaha kelompok pengolah dan pemasar hasil budidaya dan unit usaha simpan pinjam. Dengan kreatifitas dan inovasinya unit usaha pada banyak menghasilkan produk-produk yang tidak ditemukan ditempat lain, diantaranya membuat olahan ekstrem yang menantang yaitu nugget lele, sate jamur dan abon lele, sehingga banyak mencuri perhatian dan menjadi komoditas baru terkait produk olahan pangan bagi masyarakat.

Pada tahun 2014 UMKM Elok Mekar Sari mendapatkan bantuan dari Kementerian Kelautan dan Perikanan, untuk mengembangkan unit usaha simpan pinjam bagi anggota dengan caru mudah cepat dan bunga ringan, selain itu dari tahun 2017 hingga saat ini, UKM Elok Mekar Sari Juga bermitra dengan Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian, Universitas Dinamika serta PT Telkom untuk mengembangkan dan memproduksi produk-produk olahannya^[3].



Gambar 1.3 Kondisi mitra UKM Elok Mekar Sari dan peta Lokasi mitra yang dekat dengan Universitas Dinamika sebagai pihak penyelenggara PKM

Dalam melakukan promosi produk-produk yang dihasilkan masing-masing unit usaha UMKM Elok Mekar Sari masih melakukan proses *Branding* promosi produk dengan cara yang konvensional dan tradisional yakni mengikuti kegiatan bazar. Saat ini banyak banyak instansi pemerintah maupun swasta yang menawarkan kemitraan, diantaranya: sentra UKM MERR, bank BRI, PT. Wonokoyo Jaya Corporation dan masih banyak lagi.

Produk-produk olahan hasil unit usaha pada UKM Elok Mekar akan dirasa lebih baik penjualannya jika pihak Universitas Dinamika dapat membantu meningkatkan Kesadaran Merek melalui Merek terkait dengan manajemen desain yang dapat berupa desain kemasan dengan cara membina dan membantu menjadi konsultan, juga agar dapat membimbing dan meninjau produk dari UMKM terkait secara berkelanjutan.

1.4 Permasalahan Mitra

Ada beberapa pola kemitraan yang dilakukan antara UMKM Elok Mekar Sari dengan berbagai instansi pemerintah maupun swasta, namun jika menilik dari Merek yang dilakukan yang masih konvensional dan tradisional juga dapat diketahui produk desain kemasan yang dibuat masih dirasa kurang baik untuk standar jual dan juga kurangnya pemahaman pihak UMKM terkait promosi untuk mempresentasikan hasil produk pada konsumen



Gambar 1.4 Kegiatan bazar UMKM

Produk-produk hasil olahan unit usaha UMKM Elok Mekar Sari akan lebih cepat dikenal oleh masyarakat luas jika di mendapatkan bantuan bimbingan dari akademisi (Universitas Dinamika) untuk meningkatkan desain dari hasil kreativitas dan inovasi produk melalui desain kemasan. Dengan peningkatan kualitas desain kemasan, Pengelola UMKM Elok Mekar Sari berharap produk-produk hasil unit usahanya bisa dikenal masyarakat luas, sehingga daya serap pasarnya semakin besar yang pada gilirannya bisa meningkatkan kesejahteraan anggota.



Gambar 1.5. Produk-produk hasil olahan unit usaha Elok Mekar Sari

Banyak varian produk yang dihasilkan oleh unit pada UMKM Elok Mekar Sari, antara lain: keripik jangkrik, ikan lele, jamur, keripik nangka, sayur mayor dan berbagai macam-minuman.

1.5 Justifikasi Pengusul

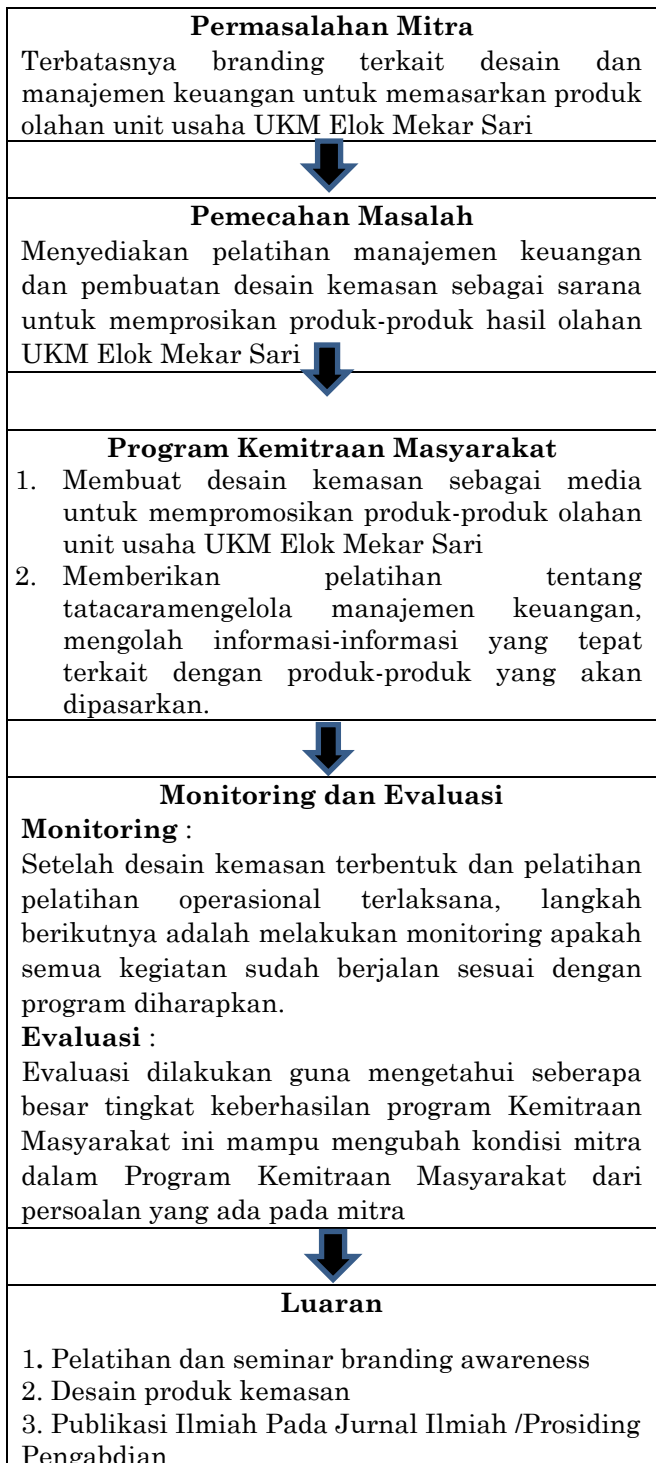
Mengacu pada permasalahan di atas, solusi yang ditawarkan untuk menjawab permasalahan mitra adalah:

1. Membuatkan Desain Kemasan sebagai media untuk membantu meningkatkan kemudahan mempromosikan produk-produk olahan yang dihasilkan oleh UKM Elok Mekar Sari. Dengan desain kemasan yang baru harapannya produk-produk yang dihasilkan oleh unit-unit usaha lebih cepat diterima dan dikenal oleh masyarakat luas dan dapat diakses kapanpun dan dimanapun mereka berada.
2. Memberikan pelatihan manajemen keuangan kepada pengelola UKM Elok Mekar Sari untuk mengelola keuangan yaitu bagaimana tatacara mengkoordinasi proses manajemen branding promosi dengan produk yang di jual.

II. METODE PELAKSANAAN

2.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Secara sistematis, kerangka pemecahan masalah yang ada pada mitra dapat dijelaskan dengan gambar 3.1 berikut ini :



Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

2.2 Metode Pendekatan

Dalam Program Kemitraan Masyarakat ini, metode pendekatan yang digunakan untuk mengatasi berbagai persoalan yang dihadapi oleh UMKM Elok Mekar Sari adalah dengan cara pendekatan partisipatif aktif, menurut Andriany (2015) proses dari metode pendekatan partisipatif aktif dapat dilakukan secara berkelanjutan dengan mitra dan tim PKM Universitas Dinamika untuk mendapatkan hasil yang

maksimal⁴. Sebagai pengendali program Kemitraan Masyarakat berperan aktif melakukan pendampingan dan pembinaan secara berkala kepada mitra.

2.3 Partisipasi Mitra

Agar pelaksanaan pembuatan dan pembinaan desain kemasan ini dapat terlaksana dengan baik maka diperlukan partisipasi pengelola UKM Elok Mekar Sari. Partisipasi yang diharapkan dari mitra adalah diantaranya:

1. Bersedia berpartisipasi sebagai narasumber atas informasi-informasi yang dibutuhkan terkait UMKM Elok Mekar Sari.
2. Bersedia mengikuti pembinaan desain kemasan.

2.4 Evaluasi Pelaksanaan Program

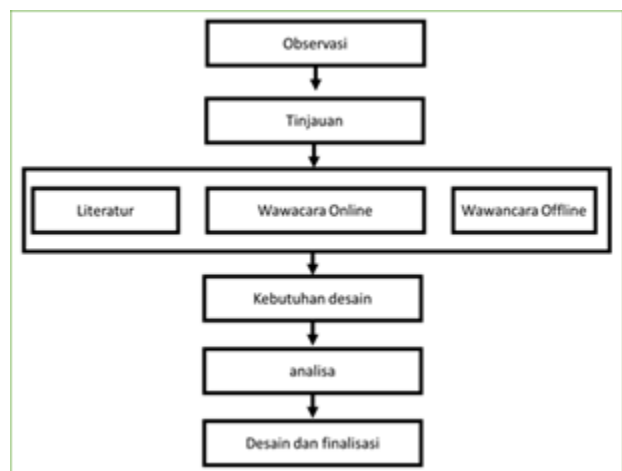
Kerjasama yang terjalin diharapkan tidak hanya berhenti seiring dengan berakhirnya program ini. Evaluasi dilakukan dengan melihat secara periodik apakah pengelola UMKM Elok Mekar Sari mampu bersinergi dengan pihak tim PKM untuk mengembangkan Merek Desain Kemasan. Selain itu tim PKM akan tetap berkomunikasi dengan pihak mitra dan mencari informasi tentang kegiatan-kegiatan mitra berikutnya. Berdasarkan informasi tersebut maka dapat dimunculkan ide-ide untuk melakukan penelitian ataupun program kemitraan yang berikutnya.

Dalam rencana pengembangan program PKM kali ini, peneliti berusaha mendapatkan data dan literatur terkait kebutuhan dari UKM Elok Mekar Sari. Pendekatan dilakukan oleh peneliti adalah dengan menggunakan metode kualitatif terstruktur untuk merancang suatu produk menurut Ginting (2009) yakni menggunakan tanya jawab dan wawancara kepada pihak UMKM Elok Mekar Sari. Proses yang dilakukan untuk mendapatkan data kualitatif adalah dengan media online yakni bertanya jawab dengan pihak UMKM melalui media Whatsapp, hal tersebut dilakukan peneliti dikarenakan pada bulan Agustus hingga September 2021 wilayah Kota Surabaya dimana tempat Universitas Dinamika sebagai pihak penyelenggara dan pihak UMKM masih mendapatkan arahan masa PPKM dari pemerintah pusat, sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan pertemuan atau seminar secara offline atau langsung⁵.

Tetapi peneliti dalam hal untuk menanggapi PPKM masih dapat bertemu dengan perwakilan dari UMKM. Disini peneliti dapat melangsungkan wawancara kepada perwakilan

UKM Elok Mekar Sari yakni Ibu Made yang bertugas sebagai ketua UMKM. Dua proses mendapatkan data melalui media Whastupp dan tanya jawab kepada ibu made dengan prosedur prokes kesehatan Covid. Diharapkan mampu menggali data kebutuhan terutama yang dibutuhkan pihak UMKM. Setelah peneliti mendapatkan data kebutuhan untuk desain kemasan yang dibutuhkan pihak UMKM. Maka peneliti berusaha mengolah data dengan tabulasi sederhana kemudian melakukan solusi berupa desain untuk selanjutnya dapat di asistensikan pada pihak UMKM

Untuk proses desain. Peneliti menggunakan teknologi untuk menghasilkan gambar desain. Peneliti dapat secara bertahap melakukan asistensi desain untuk menghasilkan desain yang diharapkan atau sesuai dengan keinginan pihak UMKM. Proses yang terakhir adalah finalisasi desain, setelah peneliti mendapatkan desain yang telah sesuai. Maka peneliti membuat prototipe desain atau membuat cetakan desain sehingga desain dapat diterapkan dan digunakan oleh pihak UMKM menjadi produk yang tepat guna.



Tabel 1 : Alur Metode Kegiatan PKM

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

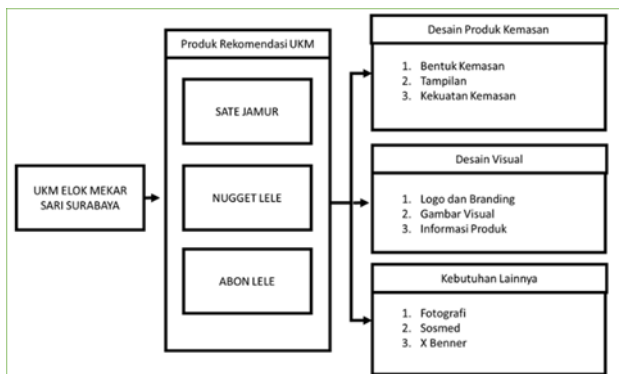
3.1 Hasil Analisa Kebutuhan

Setelah melakukan tinjauan dan observasi didapatkan data dari UMKM Elok Mekar Sari terkait kebutuhan pengembangan kesadaran merek pada produk kemasannya yakni:

No	Keterangan	Kebutuhan
1	Produk yang ingin dikembangkan kemasan dan kesadaran merek	1. Abon Lele 2. Nugget Lele 3. Sate Jamur
2	Yang perlu	1. Logo dan merek

	dikembangkan dari aspek desainnya	2. visualnya 3. Informasi produk
3	Yang perlu dikembangkan dari kemasannya	1. Bentuknya 2. Tampilannya
4	Tambahan lain	1. Desain benner untuk promosi 2. Fotografi produk 3. sosial media (Instagram/Facebook) untuk promosi

Tabel 2 : Kebutuhan Desain Pada UMKM



Tabel 3: Alur Kegiatan PKM

3.2 Hasil Observasi

Peneliti selanjutnya melakukan observasi terkait produk eksisting pada UMKM Elok Mekar Sari untuk melihat detail produk serta pemahaman terhadap kebutuhan konsumen terhadap produk, berikut adalah detail keterangan pada produk eksisting dari hasil observasi:

Produk yang direkomendasikan pihak UMKM untuk dikembangkan desain kemasannya adalah sebagai berikut:

1. Abon Lele

Adalah produk olahan dari UMKM Elok Mekar Sari yang dibuat dari daging lele yang dibudidayakan oleh pihak UMKM, biasa dijual dalam bungkus kemasan plastik 100 gram yang terbuat dari komposisi sebagai berikut : Daging Ikan Lele segar, bawang merah, bawang putih, ketumbar, kunyit, kemiri, gula, garam dan rempah-rempah dengan no edar PIRT: 2023578044316-20

Spesifikasi Produk :

- Jenis Produk : makanan olahan jenis Abon
- Berat produk per kemasan : 100 gram (Netto)
- Kemasan : plastik bening tipe pouch
- sistem buka tutup kemasan : seller
- daya tahan simpan kadaluarsa produk : 6 bulan (suhu normal 28-34 celcius)
- harga per produk : @Rp 25.000,-
- tipe produk : bubuk kering

- Tipe penggunaan : produk dituang dari kemasan



Gambar 2.1 : Eksisting Abon Lele

2. Nugget Lele :

Produk Nugget Lele juga berasal dari olahan daging lele yang dibudidayakan pihak UMKM Elok Mekar Sari dan dikembangkan menjadi bentuk seperti mjenis makanan nugget yang siap untuk digoreng sebelum disantap. Berbeda dengan pengolahan dan sistem simpan produk, untuk produk Nugget Lele bersifat *frozen food* atau makanan beku sehingga produk ini harus disimpan pada suhu dingin agar nugget tetap kenyal dan daging tidak busuk. Untuk Kemasan juga berbeda dari produk abon lele, produk nugget lele ini memakai kemasan yang lebih keras karena produk didalam kemasan bersifat lebih padat dan tidak digunakan seperti tabur pada produk abon lele

Produk Nugget Lele biasanya dijual dalam kemasan 300 gram dengan komposisi: Daging lele segar, roti tawar, putih telur, bawang putih, susu, rempah, garam, gula, dan panir.

Spesifikasi Produk :

- Jenis Produk : makanan olahan Nugget Lele
- Berat produk per kemasan : 300 gram (Netto)
- Kemasan : plastik box
- sistem buka tutup kemasan : klip
- daya tahan simpan kadaluarsa produk: 3 bulan (suhu dingin 0-10 celcius)
- harga per produk : @Rp 25.000,-
- tipe produk : padat
- Tipe penggunaan : produk diambil batangan dari box



Gambar 2.2 : Eksisting Nugget Lele

3. Sate Jamur

Berbeda dengan dua produk sebelumnya yang berasal dari budidaya daging ikan lele, produk sate jamur adalah berasal dari budidaya jamur pihak UMKM Elok Mekar Sari. Jamur yang dibudidayakan kemudian dibuat beberapa makanan cepat saji seperti sempol jamur dan sate jamur. Sate jamur dijual oleh pihak UMKM berupa paket 10 batang sate jamur dalam plastik mika.

Spesifikasi Produk :

- Jenis Produk : sate jamur
- Berat produk per kemasan: 300 gram (Netto)
- Kemasan : plastik mika
- sistem buka tutup kemasan jepret
- daya tahan simpan kadaluarsa produk : 2 hari (suhu biasa 32-38 celcius)
- harga per produk : @Rp 25.000,-
- tipe produk : padat
- Tipe penggunaan : produk diambil batangan dari kemasan



Gambar 2.3: eksisting Sate Jamur

Berikut adalah kebutuhan desain dari pihak Elok Mekar Sari terkait pengembangan Kesadaran Merek melalui desain kemasan.

No	Produk	Kebutuhan pengembangan pada kemasan
1	Abon Lele	a. Desain grafis kemasan b. Desain Logo dan merk Kemasan c. Desain warna kemasan d. Desain Gambar abon dan lele pada kemasan e. Desain Informasi Produk dan komposisi
2	Nugget Lele	a. Desain grafis kemasan b. Desain Logo dan merk Kemasan c. Desain warna kemasan d. Desain Gambar nugget dan lele pada kemasan e. Desain Informasi Produk dan komposisi
3	Sate jamur	a. Desain grafis kemasan b. Desain Logo dan merk Kemasan c. Desain warna kemasan d. Desain bentuk kemasan

Tabel 5.3: Daftar kebutuhan UMKM Pada Desain Kemasan

3.3 Hasil Wawancara dan Pembinaan

Proses pendekatan tanya jawab dan wawancara juga dilakukan peneliti untuk asistensi dan kontrol proses desain agar masih sesuai dengan apa yang diharapkan oleh peneliti dan pihak UMKM. Wawancara dan pembinaan PKM dilakukan dengan 2 cara karena pada waktu proses masih terjadi PPKM sehingga tidak memungkinkan untuk berkumpul dan melakukan seminar, maka cara yang dilakukan adalah:

- Wawancara dan pembinaan secara offline dengan pihak perwakilan :
 proses ini dilakukan peneliti dengan bertanya dan tanya jawab secara langsung pada pihak perwakilan UMKM yang terlibat secara langsung, dalam hal ini adalah pada ketua Ukm Elok Mekar Sari dan pihak UMKM pembuat produk yang dikembangkan yakni Sate Jamur, Abon Lele dan Nugget Lele. Pembinaan dan tanya jawab ini dilakukan secara berkala dan dengan prokes agar keamanan dan kenyamanan dapat terjaga.



Gambar 2.4 : Proses pembinaan kepada pihak UMKM secara offline

- Wawancara dan pembinaan secara offline dengan pihak perwakilan:
 Proses ini dilakukan dengan pihak UMKM dengan menggunakan bantuan teknologi yakni dengan media *Whatsupp* agar komunikasi secara berkala terkait asistensi proses desain dapat dilakukan meskipun tidak bertemu secara langsung dan dalam jarak yang jauh. Hal ini juga dilakukan karena pada waktu PKM ini dilakukan, kondisi kota Surabaya masih PPKM.



Gambar 2.5: pembinaan kepada pihak UKM secara online

3.4 Hasil Desain

Setelah peneliti mendapatkan data yang diperoleh dari wawancara dan observasi. Selanjutnya peneliti melakukan proses desain. Disini data-data tersebut diolah menjadi bentuk suatu desain untuk kemasan produk yang telah memenuhi atribut dari kebutuhan kemasan. Program yang digunakan adalah Corel Draw. Desain yang sudah nampak dan terwujud selanjutnya dilakukan asistensi beberapa kali kepada pihak UMKM untuk mendapatkan hasil validasi akhir. Hasil desain akhir selanjutnya dicetak untuk kemudian dapat diterapkan pada kemasan.

No	Keterangan	Hasil Desain
1	Abon Lele	
2	Nugget Lele	

3	Sate Jamur	
---	------------	--

Gambar 2.6: Hasil Desain kemasan

Hasil Penerapan Desain Pada Produk

No	Keterangan	Hasil Desain
1	Abon Lele	
2	Nugget Lele	
3	Sate Jamur	

4	Desain Benner umkm (2X2 Meter)	
5	Desain Sosmed (facebook @ukm elok mekar sari)	

Gambar 526: Hasil Desain kemasan

IV. SIMPULAN DAN REKOMENDASI

PKM ini bertujuan utama adalah untuk mendapat desain kemasan yang diinginkan dari selera mitra UMKM dan konsumen melalui tahapan dan prosedur yang rinci, desain kemasan dalam PKM ini menjadi subjek penting untuk meningkatkan merek produk dari UMKM Elok Semolowaru sehingga diharapkan produk mereka dapat tetap memiliki nilai jual yang baik setelah mengalami penurunan penjualan dimasa pandemi. Setelah desain terselesaikan terbukti dengan beberapa penjualan melalui desain kemasan yang baru, tingkat penjualan kepada konsumen mereka meningkat kembali dan lebih lanjut perputaran ekonomi dari UMKM Elok Semowaru dapat berlangsung kembali.

Rekomendasi untuk PKM mendatang adalah terkait pada pengembangan bidang promosi lainnya pada UMKM seperti pengembangan pada sosial media, fotografi, videografi, rompong, outlet, website dan lain-lain. Hal tersebut diperlukan karena untuk meningkatkan merek melalui promosi harus melibatkan berbagai aspek penjualan, tidak hanya melalui kemasan saja. Namun sebagai langkah awal yang dimulai penulis melalui peningkatan merek dari desain kemasan diharapkan peneliti PKM selanjutnya dapat lebih

berorientasi pada strategi peningkatan merek dari aspek lainnya.

V. ACKNOWLEDGEMENTS

Pada proses pekerjaan Artikel dan kegiatan PKM ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih terhadap pihak Universitas Dinamika terutama pada bagian PPM (Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) yang telah banyak membantu dan membimbing tentang prosedur PKM yang baik dan benar. Selanjutnya Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada UKM Elok Mekar Sari Surabaya yang diketuai oleh Ibu Made yang sangat terbuka, ramah dan santun dalam menerima kehadiran penulis serta mau memberikan informasi-informasi terkait dengan PKM kali ini, sehingga artikel dan tugas PKM dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

1. Kajian Kebijakan Penanggulangan Dampak COVID-19 terhadap UMKM -Survei Kebutuhan Pemulihan Usaha Bagi UMKM Indonesia – Data Statistik kementerian PPN/ Bappenas - <https://www.bappenas.go.id>
2. <https://accurate.id/marketing-manajemen/brand-awareness/>
3. [Facebook.com/elok.mekar.sari/](https://www.facebook.com/elok.mekar.sari/)
4. Dewi Andriany (2015), “Pengembangan Model Pendekatan Partisipatif Dalam Memberdayakan Masyarakat Miskin Kota Medan Untuk Memperbaiki Taraf Hidup”. Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (Snema) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang ISBN: 978-602-17129-5-5
5. Rosnani Ginting. 2009. “Perancangan Produk”. Penerbit: Graha Ilmu Jakarta.