

STRATEGI BRANDING KOPI UMKM SUBANG MELALUI DESAIN KEMASAN YANG MENARIK

Lioni Indrayani¹, Dewi Hudiyah², Gito Prayudo³, Prihatini⁴, Aryanti Agustian⁵,
Hari Muharam⁶, Doni Wihartika⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Universitas Pakuan, Bogor, Indonesia

Email korespondensi: ¹ lioni02626@gmail.com

Riwayat Artikel:

Diterima:

11 Juli 2025

Direvisi:

22 Juli 2025

Disetujui:

25 Juli 2025

Kata kunci:

Branding; kemasan; kopi; UMKM

Keyword:

Branding; coffee; MSME, packaging

Cara mensitasi:

Indrayani, L., Hudiyah, D., Prayudo, G., Prihatini, P., Agustian, A., Muharam, H., & Wihartika, D. (2025). Strategi Branding Kopi UMKM Subang Melalui Desain Kemasan yang Menarik. *RUDENCE: Rural Development for Economic Resilience*, 4(2), 69-74. <https://doi.org/10.53698/rudence.v4i2.109>

ABSTRAK

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memperkuat identitas visual produk melalui desain logo dan kemasan yang menarik dan representatif, sehingga mampu meningkatkan daya saing, pengenalan merek serta loyalitas konsumen. Kegiatan ini dilakukan untuk mengembangkan desain logo dan kemasan sebagai strategi untuk meningkatkan branding UMKM Kopi Rakh di Kota Subang, Jawa Barat. Metode yang dilakukan meliputi observasi, evaluasi, dan sosialisasi kepada pelaku UMKM. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan logo dan kemasan yang menarik mampu meningkatkan pengenalan merek dan loyalitas konsumen. Evaluasi terhadap respon pelaku UMKM menunjukkan adanya peningkatan dalam aspek branding dan pemasaran produk setelah membuat logo dan desain kemasan.

ABSTRACT

The purpose of this community service activity is to strengthen the visual identity of products through attractive and representative logo and packaging designs, so as to increase competitiveness, brand recognition and consumer loyalty. This activity was carried out to develop logo and packaging design as a strategy to improve the branding of Kopi Rakh MSMEs in Subang City, West Java. The methods carried out include observation, evaluation, and socialization to MSME actors. The results show that the use of attractive logos and packaging is able to increase brand recognition and consumer loyalty. Evaluation of the response of MSME actors showed an increase in the branding and marketing aspects of products after making the logo and packaging design.



PENDAHULUAN

Saat ini, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memegang peran krusial dalam dinamika ekonomi Indonesia, tidak sekadar sebagai penyedia lapangan kerja tetapi juga sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi di berbagai daerah (Hapsari et.al., 2024). Kota Subang di Jawa Barat merupakan contoh nyata, dengan UMKM yang beragam di sektor perdagangan, kuliner, dan kerajinan. Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi, pentingnya branding sebagai alat untuk mengkomunikasikan identitas dan nilai produk kepada konsumen menjadi semakin mencuat (Ardiansyah & Nur, 2024). Namun, banyak UMKM di daerah ini masih menggunakan logo dan desain kemasan yang belum optimal dalam membedakan produk mereka dari kompetitor dan memperkuat daya tariknya di pasar lokal maupun nasional (Widodo et.al., 2024).

Desain sebuah kemasan merupakan salah satu pemicu penjualan produk seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Hal ini juga berkaitan pada nilai tambah yang dihasilkan oleh kemasan tersebut yakni mampu mempengaruhi emosional para konsumen dan dinilai sangat ampuh. Melihat itu semua, perusahaan – perusahaan pasti memiliki tim desain sendiri untuk urusan kemasan ini. Berdasarkan dari itu semua maka desain kemasan merupakan hal yang sangat penting bagi penjualan sebuah produk. Khususnya unsur – unsur dalam desain kemasan tersebut seperti pemilihan warna, keunikan dan lain sebagainya. Oleh karena itu, pemenuhan unsur – unsur kemasan yang baik dan sesuai dengan produk merupakan hal yang harus diperhatikan agar dapat menambah tingkat penjualan (Mashadi & Munawar, 2021).

Meningkatkan daya saing UMKM tidak hanya menjadi tantangan, tetapi juga peluang untuk mendukung kesejahteraan masyarakat lokal. Mahasiswa Program Doktor Ilmu Manajemen di Universitas Pakuan mengambil peran penting dalam pengembangan UMKM Subang melalui sinergi akademik yang melibatkan berbagai pihak terkait. PLUT (Pusat Layanan Usaha Terpadu) Kab. Subang, Jawa Barat bekerjasama dengan Program Doktor Ilmu Manajemen Universitas Pakuan melakukan kegiatan kolaborasi untuk meningkatkan pengetahuan mengenai manajemen. Lima orang mahasiswa dari program tersebut menyadari bahwa peran akademisi dalam pengembangan UMKM sangatlah krusial. Dukungan ilmiah dari akademisi dan penelitian berbasis data, dapat membantu para pelaku UMKM menghadapi tantangan bisnis yang semakin kompleks. Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, secara aktif dikembangkan inovasi-inovasi baru mengenai logo dan desain kemasan kopi.

Banyak ditemui permasalahan umum pada mitra kegiatan pengabdian dalam hal pengelolaan usaha UMKM, di antaranya permasalahan dalam kegiatan produksi. Bahan baku yang dibutuhkan untuk kegiatan produksi pastinya harus baik dan segar. Bahan produksi sudah baik, tetapi pada kenyataannya alat-alat yang dipergunakan dalam proses produksi masih memakai alat konvensional. Seharusnya pemerintah dapat memberi bantuan dalam pengadaan alat yang lebih modern dan dapat menjamin kualitas dan kapasitas produksi yang lebih baik lagi, serta menunjang kebangkitan UMKM di Subang.

Selain itu juga terdapat permasalahan dalam kegiatan pemasaran. Perlunya adanya peningkatan kegiatan pemasaran produk supaya dapat memasarkan produk lebih banyak dengan area lebih luas dengan membuat target tepat sasaran. Salah satu caranya dengan mengikuti pelatihan dalam kegiatan penyuluhan izin-izin terkait legalitas produk (Anggraeni et.al, 2022)

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan untuk merancang strategi pengembangan logo bagi UMKM lokal sebagai langkah nyata untuk meningkatkan daya saing dan penetrasi pasar. Harapannya, melalui pendekatan ini UMKM dapat dikenal lebih luas, diingat, dan diminati oleh masyarakat baik di tingkat lokal maupun global. Studi ini juga diharapkan dapat menjadi panduan praktis bagi UMKM lain dalam mengoptimalkan potensi branding melalui desain logo yang efektif dan mewakili identitas mereka dengan baik. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan UMKM Kopi Rakh dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap ekonomi lokal serta membantu lebih banyak masyarakat melalui peningkatan kualitas dan eksposur produk mereka.

Pada Gambar 1 berikut ditampilkan lokasi usaha UMKM dalam pengolahan kopi.



Gambar 1. Proses pengolahan kopi di lokasi

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di PLUT (Pusat Layanan Usaha Terpadu) Kabupaten Subang Jawa Barat pada Hari Minggu, 10 November 2025. Peserta dari kegiatan ini adalah pelaku UMKM di daerah Subang, Jawa Barat. Narasumber dari kegiatan Pengabdian ini adalah Ibu Dewi Hudyah dan Pak Gito Prayudo beserta mahasiswa Pascasarjana Program Doktorat Ilmu Manajemen Universitas Pakuan.

Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini berupa pelatihan kepada peserta. Sebelum memberikan pelatihan dilakukan persiapan terlebih dahulu. Di dalam tahap persiapan itu dipaparkan rencana pelatihan dan penentuan jadwal pelatihan. Sedangkan untuk evaluasi dilakukan dengan observasi langsung dan wawancara kepada peserta.

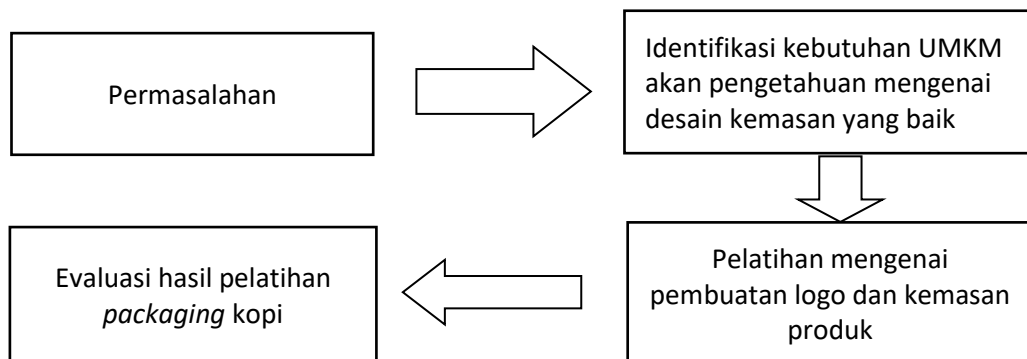
HASIL KEGIATAN

Tahap Persiapan

Pada tahap ini dilaksanakan pertemuan antara Tim Pengabdian kepada Masyarakat dengan pelaku UMKM. Pertemuan dan diskusi ini dilakukan secara *offline*. Tahap ini menjelaskan kepada Mitra UMKM mengenai tujuan dari pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Tim Pengabdian berdiskusi dengan mitra terkait permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. UMKM Kopi Rakh menjelaskan permasalahan yang ada mengenai packaging produknya dan menanyakan cara membuat packaging kopi yang baik dan *up to date*. Dari permasalahan tersebut, Tim Pengabdian menawarkan solusi untuk melakukan pelatihan terkait packaging produk. Selain itu juga pada tahap persiapan ini dipaparkan mengenai rencana pelatihan yang akan diberikan kepada peserta dan jadwal pelatihan yang akan dilakukan.

Pada Gambar 2 berikut ditampilkan tahapan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.



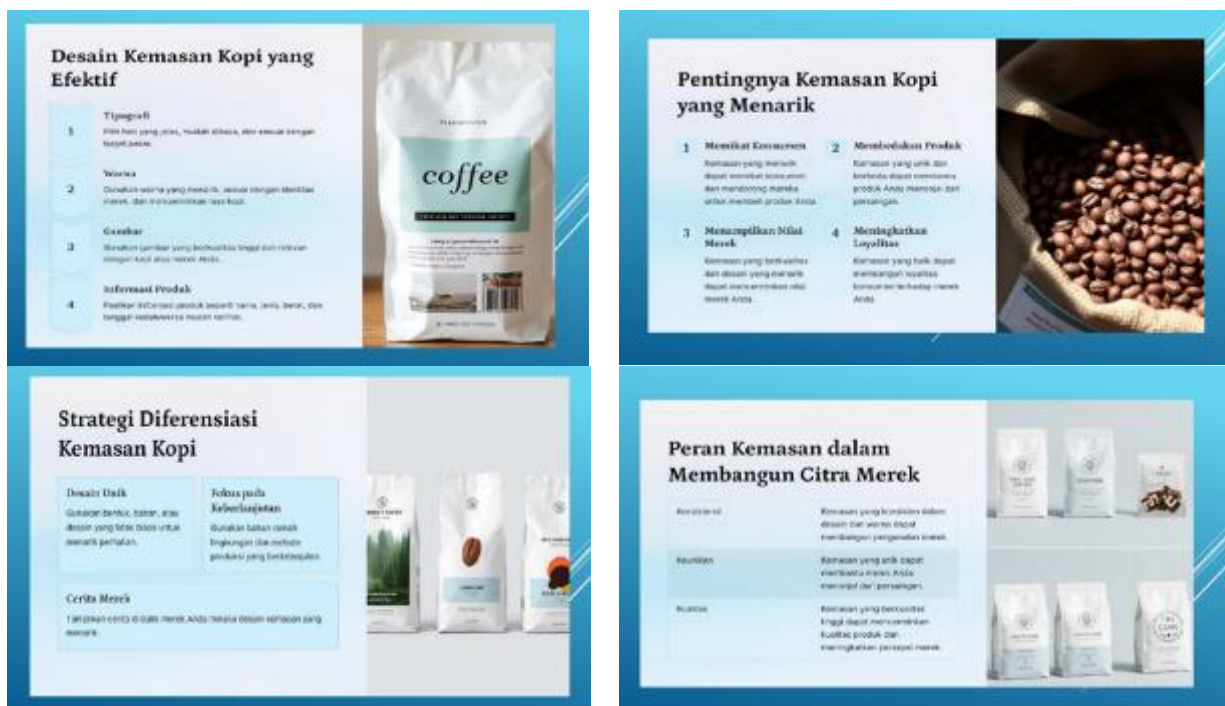
Gambar 2. Tahapan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Tahap Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada hari Minggu tanggal 10 November 2024 di PLUT (Pusat Layanan Usaha Terpadu) Kabupaten Subang, Jawa Barat. Kegiatan ini dihadiri oleh 20 peserta yang terdiri dari pelaku UMKM (salah satunya UMKM Kopi Rakh) dan Tim pengabdian masyarakat dari Universitas Pakuan yang terdiri dari beberapa mahasiswa dari Program Doktorat Ilmu Manajemen. Dalam kegiatan kolaborasi ini untuk meningkatkan pengetahuan dan pengembangan UMKM dalam bidang manajemen.

Kegiatan pelatihan diawali dengan pengenalan tim pelaksana pengabdian masyarakat. Kemudian dilanjutkan dengan memberikan gambaran umum tentang pentingnya pengemasan dalam industri untuk meningkatkan nilai jual dan daya tarik produk.

Narasumber pada kegiatan itu adalah Ibu Dewi Hudiyah dan Pak Gito Prayudo. Materi yang diberikan adalah seputar pengetahuan mengenai 1) manfaat kemasan produk bagi UMKM Kopi; 2) pemilihan kemasan berdasarkan estetitasnya serta pentingnya perencanaan desain kemasan; 3) inovasi kemasan suatu produk. Selain itu juga peserta mitra UMKM diberikan *tips* mengenai *packaging* produk. Peserta pelatihan diberikan materi mengenai *packaging* kopi yang baik, yang dapat meningkatkan kualitas dan citra produk kopi, melindungi dari kerusakan, dan mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu juga mengulas berbagai jenis kemasan yang umum digunakan untuk kopi (misalnya kantong plastik, kantong foil, kotak kardus, botol kaca) serta kelebihan dan kekurangannya. *Packaging* kopi yang baik tentunya dengan pemilihan kemasan dari bahan yang kedap udara dan cahaya agar kesegaran kopi tetap terjaga. Pada Gambar 3 berikut ditampilkan materi yang disampaikan narasumber pada saat pelatihan.



Gambar 3. Materi Pelatihan Packaging Produk

Setelah mendapatkan materi pelatihan selanjutnya adalah kegiatan praktik mandiri dari para peserta untuk mempraktikkan teknik pengemasan yang telah diajarkan. Peserta dari UMKM Kopi Rakh akan mengemas kopi mereka menggunakan bahan dan alat yang disediakan. Instruktur memberikan bimbingan secara langsung kepada peserta untuk memastikan mereka dapat mengaplikasikan teknik yang

benar. Setiap peserta diberikan umpan balik mengenai hasil pengemasan mereka, termasuk kekurangan atau hal-hal yang bisa diperbaiki.

Setelah praktik dilakukan diskusi dan tanya jawab mengenai tantangan yang mereka hadapi dalam usaha pengemasan produk kopi mereka, dan berbagi pengalaman atau tips dengan sesama peserta. Peserta diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan terkait teknik pengemasan atau masalah yang mereka hadapi dalam proses produksi kopi mereka.

Tahap Evaluasi

Antusiasme para peserta pelatihan tinggi dalam mengikuti pelatihan dari awal sampai akhir. Penilaian output dari pelatihan ini mencakup beberapa aspek, seperti peserta dapat memahami materi yang diberikan oleh Narasumber, peserta memahami teknik-teknik pengemasan dan aplikasinya. Setelah diberikan pelatihan, kemasan produk kopi UMKM Kopi Rakh yang sebelumnya berupa kertas kemasan menjadi botol 500 ml dengan berbagai varian kopi gula aren dan capucino. Pada Gambar 4 ditampilkan contoh kemasan produk UMKM Kopi Rakh.



Gambar 4. Kemasan Produk UMKM Kopi Rakh

Penilaian output dari kegiatan pengabdian ini dihasilkan dari *feedback* (umpan balik) dari peserta mengenai kualitas pelatihan, materi, dan pengajaran yang diberikan melalui proses wawancara tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat dengan peserta.

Pada saat penutupan kegiatan Tim Pengabdian menyampaikan terima kasih kepada peserta atas kehadirannya, mengingatkan mereka untuk terus berinovasi dalam pengemasan produk mereka, dan mengajak peserta untuk foto bersama. Pada Gambar 5 berikut ditampilkan suasana pada saat penutupan kegiatan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa transformasi kemasan kopi pada UMKM Kopi Rakh memberikan dampak positif yang signifikan. Perubahan logo dan kemasan berhasil meningkatkan kesadaran merek secara signifikan di kalangan konsumen lokal. Logo baru yang lebih modern dan mewakili tidak hanya mempermudah pengenalan merek, tetapi juga meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap kualitas dan profesionalitas Kopi Rakh. Selain itu, perubahan ini berkontribusi pada peningkatan penjualan produk dan membantu Kopi Rakh membedakan diri dari pesaing di pasar kuliner lokal. Sebagai bagian dari evaluasi kegiatan, dilakukan wawancara dengan pemilik usaha dan beberapa pelanggan tetap. Hasil wawancara menunjukkan bahwa mereka merasakan manfaat langsung dari

perubahan kemasan, baik dari segi tampilan yang lebih menarik maupun peningkatan penjualan di pasar. Secara keseluruhan, pengembangan logo ini tidak hanya memperkuat identitas visual merek, tetapi juga secara efektif mendukung pertumbuhan bisnis dengan meningkatkan eksposur merek dan preferensi konsumen.



Gambar 5. Tim Pengabdian kepada Masyarakat dan peserta dari UMKM

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, RR. D., Indrayani, L., & Ahmad, P. (2023). Pendampingan Kebangkitan UMKM Bir Pletok dalam Pelatihan Pengolahan Produk Khas Tangsel: Assisting the Revival of Bir Pletok MSMEs with Training on Local Culture Product Processing. *J-Dinamika*, 8(1), 191-195. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v8i1.3744>
- Ardiansyah, F., & Nur, D. I. (2024). Pengembangan Logo sebagai Peningkatan Branding pada UMKM di Kelurahan Ngagel Rejo Surabaya. *Dedication: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 237-242. <https://doi.org/10.31537/dedication.v8i2.1980>
- Hapsari, Y. A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 2(4), 52-63. <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i4.464>
- Mashadi, M., & Munawar, A. (2021). Pendampingan Pengembangan Kemasan Produk bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(1), 1-8. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v2i1.1402>
- Widodo, A., Susanty, A. I., Pangarso, A., Yusiana, R., & Aziz, F. (2024). Branding dan Desain Ulang Kemasan Produk UMKM pada Komunitas UMKM Desa Lengkon. *Community Development Journal: Jurnal Masyarakat*, 5(2), 2815-2820. <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i2.23450>