



Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Pelatihan Desain Kemasan dan Pendampingan Legalitas di Desa Widasari Kabupaten Indramayu

Tiara Khodijah^{1,a*}, Galih Mandala Putra^{2,a}, Ine Rachmawati^{3,a}, Dzulfikar Fickri Rosyid^{4,a}, Yuni Awalaturrohman Solihah^{5,a}, Kusnadi^{6,a}, Nailah Rizky Ananda^{7,a}

^aProgram Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi dan Informasi, Universitas Catur Insan Cendekia, Jl. Kesambi No.202, Drajat, Kesambi, Kota Cirebon, Jawa Barat 45133, Indonesia

*Corresponding Author e-mail: tiara.khodijah@cic.ac.id

Received: Desember 2025; Revised: Desember 2025; Published: Desember 2025

Abstrak: Kemasan memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen, di mana lebih dari 70% konsumen cenderung memilih produk dengan kemasan yang menarik dan informatif. Selain berfungsi sebagai pelindung, kemasan juga memperkuat identitas produk dan meningkatkan daya saing UMKM. Di Desa Widasari, banyak pelaku UMKM belum memahami prinsip desain kemasan yang efektif serta prosedur pengurusan legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi halal. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM melalui pelatihan desain kemasan dan pendampingan legalitas. Metode yang digunakan meliputi penyuluhan teoritis, diskusi interaktif, serta pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta. Materi yang diberikan mencakup prinsip visual branding, pemilihan warna dan material, serta tahapan administratif pembuatan legalitas usaha. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman peserta, terlihat dari perbandingan nilai pre-test dan post-test, serta meningkatnya kemampuan pelaku UMKM dalam merancang perbaikan kemasan dan mengurus legalitas usaha. Sebagai tindak lanjut, peserta didorong untuk mengimplementasikan hasil pelatihan secara mandiri dengan dukungan pendampingan lanjutan melalui fasilitas CIC Hub, termasuk konsultasi desain kemasan dan asistensi pengurusan legalitas, guna memastikan keberlanjutan penerapan hasil pelatihan. Program ini berkontribusi pada peningkatan daya saing UMKM lokal dan mendukung pencapaian SDGs, khususnya pada aspek pertumbuhan ekonomi.

Kata Kunci: UMKM; Desain Kemasan; Legalitas Usaha; Pelatihan; Widasari

Improving the Competitiveness of MSMEs through Packaging Design Training and Legal Assistance in Widasari Village Indramayu Regency

Abstract: Packaging plays an important role in influencing consumer purchasing decisions, with more than 70% of consumers tending to choose products with attractive and informative packaging. In addition to serving as protection, packaging also strengthens product identity and increases the competitiveness of MSMEs. In Widasari Village, many MSME players do not yet understand the principles of effective packaging design and business legality procedures such as Business Identification Numbers (NIB) and halal certification. This community service activity aims to improve the capacity of MSMEs through packaging design training and legality assistance. The methods used include theoretical lectures, interactive discussions, as well as pre-tests and post-tests to measure the increase in participants' understanding. The material provided covers the principles of visual branding, color and material selection, and the administrative stages of business legality. The results of the activity showed a significant increase in participants' understanding, as seen from the comparison of pre-test and post-test scores, as well as an increase in the ability of MSME players to design packaging improvements and take care of business legality. As a follow-up, participants are encouraged to independently implement the training results with continued support through the CIC Hub facility, including packaging design consultations and legal assistance, to ensure the sustainability of the training results. This program contributes to improving the competitiveness of local MSMEs and supports the achievement of SDGs, particularly in terms of economic growth.

Keywords: Packaging; Legalization; MSMEs; Widasari; Indramayu

How to Cite: Khodijah, T., Putra, G. M., Rachmawati, I., Rosyid, D. F., Solihah, Y. A., Kusnadi, K., & Ananda, N. R. (2025). Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Pelatihan Desain Kemasan dan Pendampingan Legalitas di

Desa Widasari Kabupaten Indramayu. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(4), 1593-1604. <https://doi.org/10.36312/bv6b1e22>



<https://doi.org/10.36312/bv6b1e22>

Copyright© 2025, Khodijah et al

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](#) License.



PENDAHULUAN

Keputusan konsumen dalam memilih produk sering kali dipengaruhi oleh tampilan visual, khususnya desain kemasan yang berfungsi sebagai *silent salesman* karena mampu menarik perhatian dan memengaruhi keputusan pembelian (Pramesti et al., 2023). Selain melindungi produk, kemasan juga menjadi alat komunikasi yang menyampaikan nilai serta identitas merek kepada konsumen. Penelitian sebelumnya menegaskan bahwa desain kemasan yang baik tidak hanya menjaga keamanan produk, tetapi juga meningkatkan daya tarik visual dan citra merek (Prakarsa, M. A. W., & Abid, 2023).

Perkembangan UMKM mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya, menunjukkan bahwa sektor ini tetap bertahan dan diminati oleh masyarakat. Namun, perkembangan tersebut juga diiringi berbagai tantangan, terutama dalam hal visual branding produk yang menjadi aspek penting dalam meningkatkan daya tarik dan daya saing di pasar (Judijanto et al., n.d.). Beberapa studi menunjukkan bahwa UMKM dengan desain kemasan yang sederhana, tidak informatif, dan kurang konsisten secara visual cenderung mengalami kesulitan menembus pasar ritel modern serta platform digital, karena produk dinilai kurang profesional dan kurang dipercaya oleh konsumen (Sari & Nugrohi, 2021). Selain itu, UMKM yang tidak memiliki legalitas usaha yang lengkap, seperti NIB dan sertifikasi halal, sering kali terhambat dalam memperluas jaringan pemasaran dan mengikuti program kemitraan, sehingga berdampak langsung pada rendahnya daya saing produk di pasar formal (Putri et al., 2022). Dalam konteks UMKM, kemasan memiliki peran strategis sebagai alat branding yang mampu memperkuat identitas produk, namun banyak pelaku UMKM di Desa Widasari Kabupaten Indramayu masih menghadapi keterbatasan pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya dalam menghasilkan kemasan yang efektif. Permasalahan ini diperkuat dengan kurangnya pemahaman terkait pentingnya legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi halal yang seharusnya menjadi prioritas untuk membangun kepercayaan konsumen, tetapi sering kali diabaikan karena rendahnya literasi dan akses informasi (Mulya et al., 2023). Kondisi tersebut menegaskan perlunya dukungan edukasi yang lebih komprehensif agar pelaku UMKM mampu memahami bagaimana kemasan dan legalitas usaha berkontribusi langsung terhadap peningkatan daya saing produk, sekaligus menjadi dasar penting bagi profesionalitas UMKM di era modern (Daud et al., 2024).

Sebagian besar UMKM di Desa Widasari masih mengalami kesulitan dalam meningkatkan daya saing produk karena minimnya inovasi kemasan dan rendahnya pemahaman mengenai proses pengurusan legalitas usaha. Produk UMKM sering kali tidak memiliki kemasan yang menarik maupun informatif, sehingga kurang mampu bersaing di pasar yang dinamis, khususnya pada segmen konsumen yang lebih selektif terhadap kualitas visual dan jaminan legalitas produk. Selain itu, banyak pelaku usaha belum memahami pentingnya sistem legalitas seperti NIB dan sertifikasi halal, padahal legalitas tersebut menjadi prasyarat untuk memasuki pasar yang lebih luas dan formal. Kondisi ini berkaitan erat dengan pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs), terutama SDG 8 tentang pertumbuhan ekonomi inklusif

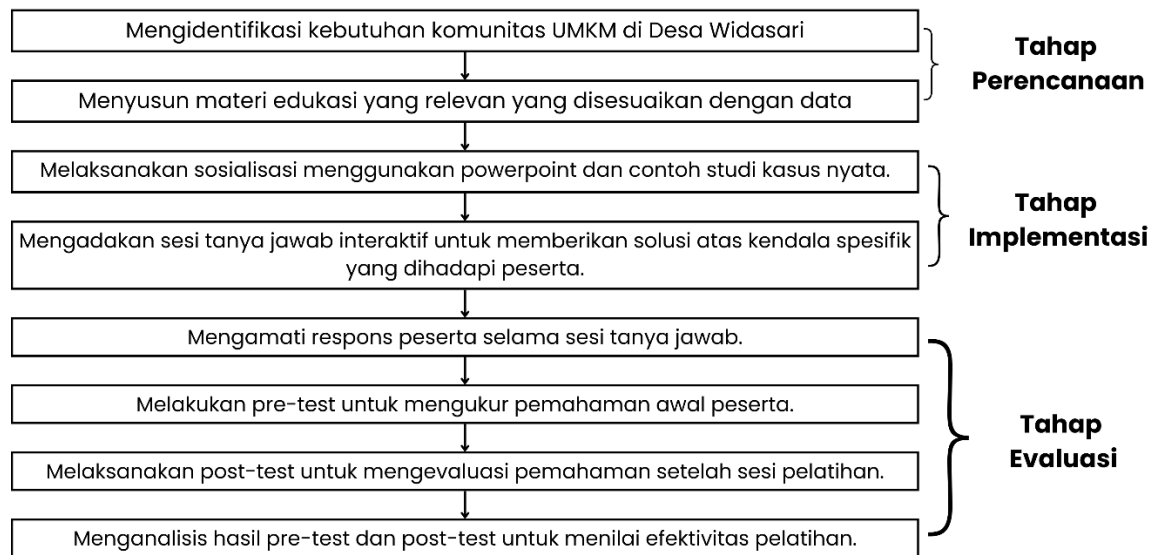
dan SDG 9 tentang inovasi serta industri berkelanjutan. Fenomena serupa juga terjadi di daerah lain, seperti di Sumedang, di mana kurangnya keterampilan teknis dan ketiadaan akses pelatihan menjadi penghambat utama peningkatan kualitas produk UMKM (Syajarotunnisa, 2023). Pendekatan pemberdayaan berbasis kewirausahaan sosial yang diterapkan di daerah tersebut terbukti mampu meningkatkan pendapatan dan kualitas usaha melalui pelatihan teknis, menunjukkan bahwa intervensi berbasis desain dan legalitas memiliki dampak nyata terhadap daya saing UMKM.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat gap yang cukup besar antara kebutuhan pelaku UMKM Widasari dengan fasilitas pendukung yang mereka miliki. Minimnya akses terhadap pelatihan, bimbingan teknis, dan pendampingan administratif menyebabkan pelaku UMKM sulit mengimplementasikan pengetahuan yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas produk. Gap ini juga terlihat pada belum tersedianya sarana terintegrasi yang dapat membantu UMKM memperoleh edukasi kemasan sekaligus pendampingan legalitas dalam satu rangkaian. Oleh karena itu, urgensi program pengabdian terletak pada kebutuhan untuk menyediakan solusi edukatif dan pendampingan yang bersifat langsung, aplikatif, dan mudah dijangkau. Universitas Catur Insan Cendekia melalui CIC Hub Center menawarkan pendekatan yang tepat dengan menyediakan akses teknologi, pelatihan, dan pendampingan legalitas usaha sesuai kebutuhan lokal. Pendekatan ini tidak hanya menekankan penguatan pengetahuan, tetapi juga memastikan implementasi melalui asistensi teknis. Dengan model pendampingan terpadu seperti ini, program diharapkan mampu menjawab gap yang ada dan memberikan kontribusi nyata bagi penguatan UMKM Widasari secara berkelanjutan.

Tujuan utama program pengabdian ini adalah meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM Desa Widasari dalam merancang desain kemasan yang efektif serta mengurus legalitas usaha seperti NIB dan sertifikasi halal. Melalui pelatihan terstruktur dan pendampingan langsung, pelaku UMKM diharapkan mampu menyusun rencana perbaikan kemasan maupun melengkapi dokumen legalitas sesuai standar. Indikator keberhasilan program meliputi peningkatan pemahaman peserta yang diukur melalui pre-test dan post-test, kemampuan peserta dalam merancang perbaikan desain kemasan, serta keberhasilan UMKM dalam mengurus dokumen legalitas usaha. Pendekatan berbasis teknologi yang diintegrasikan melalui CIC Hub menjadi langkah strategis untuk memberdayakan UMKM secara berkelanjutan. Dari sisi kontribusi, program ini berperan dalam meningkatkan kapasitas UMKM lokal sekaligus mendukung pencapaian SDGs melalui penguatan daya saing dan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Dengan demikian, program ini diharapkan mampu memberikan nilai tambah yang signifikan bagi UMKM Widasari dan menjadi model pendampingan yang dapat diterapkan di daerah lain.

METODE PELAKSANAAN

Metode pengabdian yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan berbasis partisipatif, di mana peserta dilibatkan secara aktif pada setiap tahap pelatihan. Pendekatan ini dipilih untuk mendorong keterlibatan langsung peserta dalam memahami dan mengaplikasikan materi yang diberikan. Tahapan metode pengabdian meliputi tiga tahap utama, yaitu (1). Tahap Perencanaan, (2). Tahap Implementasi, (3). Tahap Evaluasi. Alur pelaksanaan kegiatan digambarkan dalam bagan metode pengabdian yang menunjukkan hubungan antara identifikasi kebutuhan, penyusunan materi, pelaksanaan pelatihan, serta evaluasi hasil kegiatan.



Gambar 1. Tahapan dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Dapat dilihat sesuai dengan bagan diatas mengenai tahapan dari kegiatan PKM, yang akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Tahap Perencanaan

Pada tahap perencanaan, tim pengabdian melakukan survei dan wawancara kepada pelaku UMKM di Desa Widasari untuk mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi, khususnya terkait desain kemasan dan legalitas usaha. Hasil identifikasi digunakan sebagai dasar dalam penyusunan materi pelatihan yang mencakup prinsip dasar desain kemasan, seperti visual branding, pemilihan warna, dan material, serta tahapan pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi halal. Materi kemudian disusun dalam bentuk presentasi visual, contoh studi kasus, serta panduan praktis yang disesuaikan dengan karakteristik usaha peserta agar mudah dipahami dan diterapkan.

2. Tahap Implementasi

Tahap implementasi dilaksanakan melalui kombinasi metode ceramah interaktif, diskusi terarah, studi kasus, dan sesi tanya jawab. Penyampaian materi tidak hanya dilakukan secara satu arah, tetapi dirancang untuk membuka ruang interaksi dua arah antara narasumber dan peserta. Selama sesi tanya jawab, peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan permasalahan yang mereka hadapi secara langsung, sementara narasumber berperan sebagai fasilitator yang memberikan solusi kontekstual sesuai jenis usaha masing-masing. Untuk memastikan materi bersifat aplikatif, peserta diajak menganalisis contoh kemasan produk dan mendiskusikan kelebihan serta kekurangannya. Pada materi legalitas usaha, narasumber melakukan simulasi langsung pembuatan NIB melalui sistem OSS, sehingga peserta dapat memahami tahapan administratif secara praktis. Pola interaksi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta sekaligus membangun kepercayaan diri dalam mengimplementasikan materi secara mandiri.

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan menggunakan instrumen pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap materi desain kemasan dan legalitas usaha. Pre-test diberikan sebelum pelatihan untuk mengetahui tingkat pengetahuan awal peserta, sedangkan post-test dilakukan setelah pelatihan untuk

menilai pemahaman dan kemampuan peserta dalam menerapkan konsep yang telah diajarkan. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui observasi langsung terhadap partisipasi peserta selama sesi diskusi dan tanya jawab. Indikator keberhasilan kegiatan meliputi peningkatan nilai post-test dibandingkan pre-test, kemampuan peserta dalam menyebutkan elemen desain kemasan yang efektif, serta pemahaman peserta terhadap prosedur pengurusan NIB dan sertifikasi halal. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan membandingkan hasil pre-test dan post-test serta mengaitkannya dengan efektivitas metode penyampaian dan interaksi yang diterapkan selama kegiatan.

Komunitas sasaran dalam kegiatan pengabdian ini adalah pelaku usaha mikro dan kecil di Desa Widasari Kabupaten Indramayu. Sebanyak 38 peserta mengikuti kegiatan ini, dengan sebagian besar berasal dari sektor kuliner seperti produsen seblak, kue kering, dan makanan ringan. Mayoritas peserta membutuhkan solusi praktis untuk meningkatkan daya tarik produknya melalui desain kemasan yang lebih informatif dan menarik, serta pemahaman mengenai pentingnya legalitas usaha. Mitra utama kegiatan adalah Universitas Catur Insan Cendekia (UCIC) melalui CIC Hub yang menyediakan narasumber, modul pelatihan, fasilitas digital, dan dukungan teknis selama kegiatan berlangsung. Narasumber berasal dari Program Studi Desain Komunikasi Visual yang memiliki keahlian dalam bidang desain kemasan dan branding. Selain itu, Balai Desa Widasari berperan sebagai lokasi pelaksanaan kegiatan guna memastikan aksesibilitas yang mudah bagi peserta. Kontribusi mitra sangat penting untuk mendukung keberhasilan program, terutama dalam penyediaan fasilitas pendampingan legalitas yang memungkinkan peserta mendapatkan bantuan langsung dalam pengurusan NIB dan sertifikasi halal. Kolaborasi antara UCIC, CIC Hub, dan Pemerintah Desa Widasari menjadi faktor utama yang memperkuat efektivitas kegiatan pengabdian.

Ilmu pengetahuan yang ditransfer dalam kegiatan ini meliputi dua bidang utama, yaitu desain kemasan dan legalitas usaha. Pada aspek desain kemasan, peserta diberikan pemahaman mendalam mengenai elemen visual yang harus ada dalam kemasan, seperti identitas merek, warna, tipografi, hierarki informasi, dan pemilihan material yang sesuai dengan karakter produk. Peserta juga dipaparkan pada studi kasus untuk menunjukkan bagaimana desain kemasan yang efektif dapat meningkatkan nilai jual dan kepercayaan konsumen. Materi menekankan bahwa kemasan harus memenuhi aspek estetika sekaligus fungsional, termasuk informasi produk seperti komposisi, berat, dan label halal. Pada aspek legalitas usaha, peserta diperkenalkan pada prosedur pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem OSS serta pengajuan sertifikasi halal berbasis aplikasi digital pemerintah. Simulasi langsung diberikan untuk membantu peserta memahami langkah-langkah teknis secara praktis. Peserta juga diarahkan untuk memanfaatkan fasilitas CIC Hub sebagai pusat pendampingan legalitas agar proses administrasi dapat dilakukan dengan lebih cepat dan mudah. Transfer ilmu pada dua bidang ini diharapkan memberikan kemampuan aplikatif bagi peserta dalam meningkatkan kualitas bisnisnya.

Instrumen yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi lembar pre-test dan post-test yang disusun untuk mengukur perubahan pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Pre-test berfungsi untuk mengetahui tingkat pengetahuan awal terkait desain kemasan dan legalitas usaha, sedangkan post-test digunakan untuk menilai sejauh mana materi berhasil diserap. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi selama sesi tanya jawab, dokumentasi kegiatan, serta analisis respons peserta terhadap instrumen evaluasi. Indikator keberhasilan kegiatan meliputi peningkatan nilai post-test dibandingkan pre-test, kemampuan peserta dalam

menyebutkan elemen-elemen desain kemasan yang baik, serta kemampuan peserta dalam memahami prosedur pengurusan NIB dan sertifikasi halal. Analisis data dilakukan dengan membandingkan nilai pre-test dan post-test secara deskriptif untuk melihat peningkatan pemahaman, serta menghubungkannya dengan efektivitas metode penyampaian materi. Data observasi digunakan untuk memaknai dinamika peserta dan hambatan selama kegiatan berlangsung. Analisis ini membantu memastikan bahwa program pengabdian tidak hanya memberikan pemahaman teoretis, tetapi juga mampu memberikan dampak praktis sesuai tujuan awal kegiatan.

HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada 21 Oktober 2024 di Balai Desa Widasari Kabupaten Indramayu dan diikuti oleh 38 pelaku UMKM, mayoritas bergerak di sektor makanan ringan. Sebelum pelatihan dimulai, peserta diberikan pre-test untuk mengukur pemahaman awal terkait desain kemasan dan legalitas usaha. Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki pemahaman yang terbatas, khususnya pada aspek fungsi kemasan sebagai alat branding dan pentingnya legalitas usaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian Syajarotunnisa (2023) yang menyatakan bahwa UMKM di wilayah pedesaan umumnya belum memiliki literasi desain dan administrasi usaha yang memadai akibat keterbatasan akses pelatihan. Rendahnya pemahaman awal juga mencerminkan masih minimnya sosialisasi mengenai legalitas usaha, sebagaimana ditemukan oleh Mulya et al. (2023), yang menyebutkan bahwa banyak pelaku UMKM menganggap pengurusan legalitas sebagai proses yang rumit dan mahal.



Gambar 2. Rangkaian Pembukaan dari Kepala Desa dan Perwakilan Dosen

Untuk memperoleh gambaran awal mengenai tingkat pemahaman peserta terhadap desain kemasan dan legalitas usaha, kegiatan pelatihan diawali dengan pelaksanaan pre-test. Pre-test ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengetahuan dasar peserta sebelum diberikan materi pelatihan, sehingga hasilnya dapat digunakan sebagai dasar dalam mengevaluasi efektivitas program pengabdian. Instrumen pre-test mencakup pertanyaan yang berkaitan dengan fungsi kemasan, elemen visual dalam desain kemasan, serta pemahaman peserta terhadap prosedur pengurusan legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi halal. Hasil pengukuran awal tersebut disajikan pada Tabel 1 berikut.

Table 1. Tabel Hasil Pre-test Peserta

No	Aspek yang diukur	Jumlah peserta yang memahami	Persentase	Deskripsi Temuan
1	Pemahaman tentang fungsi utama kemasan	12	31.6%	Sebagian peserta memahami bahwa kemasan berfungsi

2	Pengetahuan tentang elemen desain kemasan (warna, logo, slogan, komposisi, dll)	10	26.3%	melindungi produk, tetapi tidak untuk branding Hanya sedikit peserta yang memahami pentingnya elemen desain untuk meningkatkan
3	Pengetahuan tentang informasi penting pada kemasan	8	21.1%	Peserta umumnya belum tahu pentingnya mencantumkan informasi seperti komposisi seperti komposisi, berat, dan alamat kontak.
4	Pemahaman tentang legalitas usaha (NIB dan sertifikasi)	6	15.8%	Sebagian besar belum pernah mendengar tentang Nomor Induk Berusaha atau sertifikasi halal.

Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki pemahaman yang sangat terbatas terkait desain kemasan dan legalitas usaha. Hanya 31.6% peserta yang memahami fungsi utama kemasan, sementara pemahaman tentang elemen desain kemasan seperti warna dan logo hanya 26.3% peserta yang memahaminya. Selain itu, kurang dari 16% peserta memahami pentingnya legalitas usaha, seperti pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi halal. Kondisi ini disebabkan oleh kurangnya sosialisasi dan informasi yang diterima oleh para pelaku UMKM di daerah.

Materi mengenai desain kemasan dan legalitas usaha akan dipaparkan oleh Tiara Khodijah selaku Desain Komunikasi Visual Universitas Catur Insan Cendekia mengenai desain kemasan dan legalitas usaha.



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan saat Pelatihan

Pada sesi pelatihan, peserta diajarkan mengenai prinsip dasar desain kemasan yang melibatkan aspek visual branding, pemilihan warna yang sesuai dengan target pasar, serta penggunaan material untuk produk, khususnya pada sektor makanan. Peserta juga diberikan contoh studi kasus untuk membantu mereka memahami bagaimana kemasan dapat meningkatkan daya tarik produk. Berikut adalah contoh studi kasus agar para peserta mendapatkan gambaran atau bayangan:



Gambar 4. Gambaran Studi kasus

Dapat dilihat pada Gambar 4, terdapat dua studi kasus yang berbeda yaitu peserta diperkenalkan dengan dua brand terkenal yaitu Chocomory dan KKV. Tujuan diberikan studi kasus yaitu memberikan gambaran konkret tentang bagaimana kemasan yang menarik dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Studi kasus ini menunjukkan bahwa kemasan tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk, tetapi juga menjadi elemen penting dalam membangun branding dan meningkatkan nilai jual.

Pada studi kasus yang pertama yaitu chocomory, yang bergerak di sektor makanan dan oleh-oleh memanfaatkan totebag sebagai kemasan produk. Tote bag ini dirancang dengan warna cerah dan mencantumkan branding yang kuat, seperti logo, slogan dan informasi kontak. Konsumen tidak hanya membeli produk Chocomory karena kualitas makanan yang ditawarkan, tetapi juga karena daya Tarik tote bag-nya yang dianggap fungsional dan bergaya. Tote bag ini dapat digunakan ulang oleh konsumen, sehingga memberikan nilai tambah bagi produk sekaligus memperkuat branding Chocomory, dan begitu juga dengan brand KKV.

Melalui studi kasus ini, peserta pelatihan diajak untuk memahami bahwa kemasan yang dirancang dengan baik dapat menciptakan “efek psikologis” positif pada konsumen. Kemasan yang menarik, fungsional, dan memiliki elemen branding yang kuat mampu meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk, bahkan terkadang produk dibeli hanya untuk mendapatkan kemasannya. Studi kasus ini memberikan wawasan praktis kepada peserta bahwa kemasan yang baik tidak hanya berdampak pada peningkatan penjualan, tetapi juga memperkuat hubungan emosional antara konsumen dan merek.



Gambar 5. Dokumentasi peserta saat kegiatan berlangsung

Selanjutnya yaitu materi mengenai legalitas usaha, yang mencakup proses pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem OSS, serta tahapan pengajuan sertifikasi halal berbasis aplikasi digital pemerintah. Pada sesi ini, peserta diberikan penjelasan mengenai pentingnya legalitas sebagai dasar operasional usaha yang sah dan sebagai bentuk perlindungan konsumen. Narasumber memperagakan langkah-langkah pembuatan NIB secara langsung, mulai dari pembuatan akun, pengisian data usaha, hingga penerbitan dokumen legalitas. Peserta juga diperkenalkan pada alur sertifikasi halal, termasuk syarat administrasi dan proses verifikasi lembaga terkait. Banyak peserta mengungkapkan bahwa mereka sebelumnya menganggap pengurusan legalitas rumit dan membutuhkan biaya besar, sehingga pendampingan ini membuka wawasan baru mengenai akses legalitas yang sebenarnya mudah dan gratis. Selain itu, peserta diberikan simulasi sederhana untuk memahami bagaimana CIC Hub UCIC dapat membantu mereka mengurus legalitas secara praktis dan terarah. Sesi ini menjadi penting karena sebagian besar UMKM Widasari belum pernah mengurus legalitas, sehingga pemahaman yang diperoleh diharapkan menjadi langkah awal peningkatan kredibilitas dan daya saing usaha.

Kegiatan ini memberikan hasil yang sangat positif dapat dilihat dari hasil post-test yang akan dipaparkan didalam table berikut ini:

Table 2. Tabel Hasil Post-test Peserta

No	Aspek yang diukur	Jumlah peserta yang memahami	Persentase	Deskripsi Temuan
1	Pemahaman tentang prinsip dasar desain kemasan	30	78.9%	Sebagian besar peserta mampu menyebutkan tiga prinsip dasar seperti visual branding, warna dan material.
2	Pemahaman tentang peran desain kemasan dalam kepercayaan	33	86.8%	Hampir semua peserta memahami bagaimana kemasan yang menarik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.
3	Pengetahuan tentang Langkah-langkah sertifikasi halal di CIC Hub UCIC	28	73.7%	Peserta menunjukkan pemahaman yang baik tentang alur pendaftaran sertifikasi halal.

Melihat pada table 2 Hasil post-test menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman peserta terkait desain kemasan dan legalitas usaha. Peningkatan ini mengindikasikan potensi dampak jangka panjang terhadap daya saing UMKM, khususnya dalam membangun citra produk yang lebih profesional dan kredibel. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki kemasan informatif dan legalitas usaha yang lengkap cenderung lebih mudah diterima di pasar formal, ritel modern, dan platform digital, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan peluang penjualan dan keberlanjutan usaha (Putri et al., 2022; Daud et al., 2024). Selain itu, pemahaman legalitas usaha memungkinkan UMKM untuk mengikuti program kemitraan dan pembiayaan yang sebelumnya sulit diakses. Dengan demikian, meskipun peningkatan penjualan belum diukur secara kuantitatif dalam kegiatan ini, peningkatan kapasitas pengetahuan dan kesiapan administrasi peserta

merupakan indikator awal yang kuat terhadap peningkatan daya saing UMKM dalam jangka panjang.

Pelatihan desain kemasan dan legalitas usaha juga berkontribusi terhadap pencapaian SDGs, khususnya SDG 8 (Pertumbuhan Ekonomi yang Inklusif), SDG 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur), dan SDG 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab). Pemahaman peserta mengenai pemilihan material kemasan yang aman, informatif, dan berkelanjutan mendukung praktik produksi yang lebih bertanggung jawab. Hal ini sejalan dengan temuan Lestari et al. (2021) yang menekankan bahwa edukasi kemasan berkelanjutan pada UMKM dapat meningkatkan kesadaran pelaku usaha terhadap aspek lingkungan dan keamanan konsumen. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga pada pembangunan usaha yang lebih berkelanjutan.

Meskipun kegiatan berjalan efektif, terdapat beberapa tantangan yang perlu diperhatikan. Tantangan utama adalah rendahnya literasi digital sebagian peserta, terutama dalam proses simulasi pengurusan legalitas berbasis aplikasi OSS. Kendala ini juga ditemukan dalam penelitian Rahayu dan Rahmawati (2021) yang menyatakan bahwa digitalisasi administrasi masih menjadi hambatan bagi UMKM pedesaan. Selain itu, keterbatasan waktu pelatihan menyebabkan praktik desain kemasan belum dapat dilakukan secara mendalam. Untuk program pengabdian selanjutnya, diperlukan model pendampingan berkelanjutan, seperti klinik desain kemasan dan asistensi legalitas secara berkala melalui CIC Hub. Pendekatan ini diharapkan dapat memperkuat implementasi hasil pelatihan dan memastikan dampak program yang lebih berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui penyuluhan edukasi kemasan dan pendampingan pembuatan legalitas usaha di Desa Widasari Kabupaten Indramayu telah mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam memahami peran strategis desain kemasan dan pentingnya legalitas usaha sebagai faktor pendukung daya saing. Evaluasi pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif yang dikombinasikan dengan metode ceramah interaktif, studi kasus, simulasi, serta pendampingan teknis mampu menjawab kebutuhan riil pelaku UMKM yang sebelumnya mengalami keterbatasan pengetahuan dan akses informasi. Program ini tidak hanya meningkatkan pemahaman konseptual peserta, tetapi juga mendorong kesiapan UMKM untuk mengimplementasikan perbaikan kemasan dan mengurus legalitas usaha secara mandiri dengan dukungan fasilitasi lanjutan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat fondasi profesionalitas UMKM lokal, mendukung pertumbuhan usaha yang lebih terarah, serta berperan dalam mendorong pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan, khususnya pada aspek pertumbuhan ekonomi, inovasi, dan praktik usaha yang bertanggung jawab.

REKOMENDASI

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa rekomendasi yang perlu dipertimbangkan untuk pengembangan program selanjutnya. Kegiatan pelatihan di masa depan disarankan untuk menambahkan sesi praktik desain kemasan secara langsung, sehingga peserta tidak hanya memahami konsep visual branding, tetapi juga mampu mengaplikasikannya menggunakan perangkat digital atau teknik manual yang sesuai dengan karakteristik usaha mereka. Selain itu, perlunya pendampingan yang lebih intensif dalam pengurusan legalitas

usaha berbasis digital mengingat masih rendahnya literasi teknologi sebagian peserta, yang dapat mempengaruhi efektivitas proses administrasi seperti pembuatan NIB dan sertifikasi halal. Program pengabdian juga dapat diperluas dengan menyediakan klinik konsultasi berkala di CIC Hub agar UMKM memperoleh dukungan lanjutan setelah pelatihan.

Hambatan yang mungkin mempengaruhi keberhasilan pengabdian selanjutnya antara lain keterbatasan akses internet di wilayah pedesaan, variasi tingkat pendidikan peserta, serta keterbatasan waktu yang membuat peserta sulit mempraktikkan seluruh materi secara optimal. Karena itu, kolaborasi dengan pemerintah desa, lembaga pendamping, dan komunitas UMKM perlu diperkuat untuk memastikan keberlanjutan program dan pemerataan akses informasi. Dengan memperhatikan hambatan tersebut dan memperluas model pendampingan, kegiatan pengabdian di masa depan diharapkan dapat memberikan dampak yang lebih besar dan menjadi rujukan dalam pengembangan UMKM di wilayah lain.

ACKNOWLEDGMENT

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Penghargaan yang sebesar-besarnya diberikan kepada Bapak H. Warnadi, S.E., selaku Kepala Desa Widasari, yang telah menyediakan fasilitas, dukungan, serta koordinasi sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada para mahasiswa Universitas Catur Insan Cendekia yang telah membantu dalam proses persiapan, pelaksanaan, dokumentasi, dan pendampingan teknis selama kegiatan berlangsung.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada CIC Hub Universitas Catur Insan Cendekia atas dukungan fasilitas, pendampingan legalitas, dan penyediaan sumber belajar yang berperan penting dalam keberhasilan program ini. Apresiasi diberikan kepada Pemerintah Desa Widasari, para pelaku UMKM peserta pelatihan, serta seluruh panitia dan pihak terkait yang telah bekerja sama dengan baik. Tanpa kontribusi berbagai pihak tersebut, kegiatan pengabdian ini tidak akan mencapai hasil sebagaimana yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Daud, R. F., Rosyid, D. F., & Rachmawati, Ine, Khodijah, T. (2024). *Pelatihan Pembuatan Desain Kemasan untuk Meningkatkan Brand Awareness Sebagai Upaya Peningkatan Nilai Jual Produk UMKM di Kota Cirebon Training on Packaging Design to Increase Brand Awareness as an Effort to Enhance the Market Value of MSME Products in Ci*. 9(4), 837–845.
- Dewi Fadilla, N., Purwanto, Fitriyani, Y., & Labib, A. (2024). Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (Nib) Untuk Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm). *PROFICIO: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 2024.
- Elengold, K. S. (2015). Branding identity. *Denver University Law Review*, 93(1), 1–51. <https://doi.org/10.4018/978-1-61350-338-6.ch008>
- Judijanto, L., Khodijah, T., Hafildah, N., Huda, F. M., & Azhari, I. (n.d.). *DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*.
- Khodijah, T., Rasul, A. M., & Nurzaman, F. (2024). *Perancangan Desain Kemasan Manisan Mangga Isun*. 03(01), 71–79.
- Khodijah, T., & Daud, R. F. (2025). *The Effect Of Copy Writing In Billboard Advertising Against Adolescent Smoking Behavior In Tengahtani Village , Cirebon District*.

5(1), 804–809.

- Mulya, S., Hastuti, A., Adnandhika, M. F. T., Irlu, S. S., & ... (2023). Pendampingan Legalitas Usaha dan Sertifikasi Halal Aneka Keripik di Desa Banjarsari. *Karimah* ..., 2, 1274–1288.
<https://ojs.unida.ac.id/karimahtauhid/article/view/10046%0Ahttps://ojs.unida.ac.id/karimahtauhid/article/download/10046/4110>
- Prakarsa, M. A. W., & Abid, F. (2023). Prakarsa, M. A. W., & Abid, F. (2023). Perancangan Branding Identity Kemasan Krupuk Sanjai “Nitta” Sebagai Upaya Modernisasi Dan Membangun Citra Oleh-Oleh Khas Sumatra Barat. *WARNARUPA (Journal of Visual Communication Design)*, 2(2).
- Pramesti, R. D., Anggarini, A., Salma, L., & Postha, A. K. R. (2023). Pengaruh penggunaan warna pada desain kemasan makanan khas daerah terhadap persepsi konsumen. *Sniv: Seminar Nasional Inovasi Vokasi*, 2(1), 174–180.
- Ramdhani, M. R., Rachmawati, I., Yuni, A. S., & Mutohari, A. S. (2023). *Perancangan Desain Kemasan Keripik Singkong Dua Saudara*. 1(2), 1–9.
- Syajarotunnisa, W. S. (2023). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT BERBASIS KEWIRAUSAHAAN SOSIAL, DALAM PENGEMBEANGAN UMKM DI KA EUPATEN SUMEDANG. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.