



## Perancangan Desain Kemasan Produk UMKM Desa Jatiluwih

Wayan Gede Suka Parwita<sup>1</sup>, Eldian Renaldi<sup>2</sup>, Luh Kemala Putri Widhiari<sup>3</sup>, Ni Putu Ritra Trees

Ari Kartika Hadi Saraswati<sup>4</sup>, Ketut Vini Elfarosa<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Manajemen Bisnis Internasional, Politeknik Negeri Bali, Badung, Denpasar

Email: <sup>1</sup>[gede.suka@pnb.ac.id](mailto:gede.suka@pnb.ac.id), <sup>2</sup>[eldianrinaldi@pnb.ac.id](mailto:eldianrinaldi@pnb.ac.id), <sup>3</sup>[kemalaputri@pnb.ac.id](mailto:kemalaputri@pnb.ac.id),

<sup>4</sup>[ritrakartika@pnb.ac.id](mailto:ritrakartika@pnb.ac.id), <sup>5</sup>[viniefarosa@pnb.ac.id](mailto:viniefarosa@pnb.ac.id)

|                          |                             |                             |
|--------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Naskah Masuk<br>Mei 2025 | Naskah Direvisi<br>Mei 2025 | Naskah Diterima<br>Mei 2025 |
|--------------------------|-----------------------------|-----------------------------|

### Abstrak

Desa Jatiluwih, yang tersohor dengan keindahan sawah teraseringnya, merupakan destinasi wisata unggulan yang telah ditetapkan sebagai Warisan Budaya Dunia oleh UNESCO. Desa ini memiliki berbagai produk unggulan bernilai ekonomi tinggi seperti beras organik, kopi dan teh lokal, serta kerajinan tangan berbahan bambu yang sangat potensial untuk dikembangkan di pasar ekowisata dan produk ramah lingkungan. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan, khususnya dalam aspek pengemasan produk. Tanpa dukungan desain kemasan yang profesional, informatif, dan menarik, produk-produk lokal akan sulit bersaing di pasar global, meskipun memiliki kualitas yang tinggi. Menyikapi hal tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada perancangan desain kemasan sebagai strategi peningkatan daya saing UMKM Desa Jatiluwih. Hasil kegiatan menunjukkan kontribusi dalam memperkuat identitas visual dan meningkatkan nilai jual produk lokal. Lima mitra UMKM dari sektor pertanian dan pengolahan makanan mendapatkan rancangan desain kemasan produk yang lengkap (primer, sekunder, dan tersier), yang dirancang sesuai dengan karakteristik unik masing-masing produk.

**Kata Kunci:** Desain, Kemasan, Jatiluwih, UMKM

### PENDAHULUAN

Desa Jatiluwih, terkenal dengan pemandangan sawah teraseringnya yang memukau, merupakan salah satu destinasi wisata yang telah diakui oleh UNESCO sebagai Warisan Budaya Dunia. Desa Wisata Jatiluwih memiliki potensi wisata yang terintegrasi baik wisata alam maupun wisata budaya (Priyandoko dkk., 2023). Selain keindahan alamnya, desa ini memiliki potensi ekonomi yang signifikan, didorong oleh sektor pariwisata dan pertanian. Masyarakat Desa Jatiluwih memiliki kekayaan budaya dan tradisi yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan produk. Desa Jatiluwih merupakan salah satu desa yang menghasilkan beberapa produk dari sektor pertanian dan perkebunan.

Produk-produk khas desa ini, seperti beras organik Jatiluwih, kopi dan teh lokal, serta berbagai kerajinan tangan berbahan dasar bambu, telah memiliki nilai ekonomi tinggi, terutama di pasar ekowisata dan produk ramah lingkungan yang tengah berkembang. Sayangnya, potensi ini belum sepenuhnya dioptimalkan, terutama dalam hal pengemasan produk. Berdasarkan hasil observasi awal dan dialog dengan para pelaku UMKM di desa tersebut, ditemukan bahwa sebagian besar produk UMKM di Jatiluwih masih memasarkan produknya dalam kemasan secara sederhana, bahkan tanpa label atau informasi dasar seperti nama produk, komposisi, identitas UMKM, maupun legalitas. Kondisi ini membuat produk sulit dikenali, rentan terhadap pemalsuan, dan kurang mampu menarik perhatian konsumen secara visual.

Kemasan bukan hanya berfungsi sebagai pelindung fisik tetapi juga merupakan elemen utama dalam membentuk persepsi konsumen, membangun kepercayaan, serta menciptakan *brand identity*. Optimasi desain kemasan produk telah terbukti menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk (Pebriani dkk., 2024). Penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan yang menarik, informatif, dan sesuai dengan tren pasar dapat mendorong keputusan pembelian (Zed dkk., 2024), khususnya di kalangan konsumen muda. Pentingnya branding yang kuat dan kemasan yang menarik tidak dapat diabaikan, terutama dalam konteks pasar yang semakin kompetitif (Purhita dkk., 2023). Lebih lanjut, dalam konteks globalisasi dan peningkatan tren ekspor produk UMKM, kemasan yang memenuhi standar internasional menjadi suatu keharusan. Tanpa dukungan desain yang profesional dan informatif, produk lokal akan sulit bersaing dan menjangkau pasar luar negeri, meskipun kualitas isi produknya sangat baik.

Melihat kondisi tersebut, intervensi berupa perancangan desain kemasan menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing produk UMKM Desa Jatiluwih. Kemasan yang dirancang secara profesional tidak hanya meningkatkan daya tarik visual dan identitas produk, tetapi juga memberikan nilai tambah yang signifikan. Dengan dukungan desain kemasan yang tepat, produk-produk lokal berpotensi menjangkau konsumen yang lebih luas, baik di pasar domestik maupun internasional, serta memperkuat posisi ekonomi desa berbasis potensi lokal.

#### METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif yang mengedepankan kolaborasi antara tim pelaksana pengabdian dan para pelaku UMKM di Desa Jatiluwih. Tujuan utamanya adalah merancang dan mengimplementasikan desain kemasan produk yang representatif, fungsional, dan sesuai dengan karakteristik pasar sasaran. Kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam beberapa tahapan utama sebagai berikut:

##### Identifikasi Mitra

Langkah awal adalah melakukan identifikasi dan pemetaan terhadap UMKM yang berpotensi dikembangkan dari segi desain kemasan. Kegiatan ini dilakukan melalui observasi langsung ke lapangan dan wawancara dengan Manajemen Daya Tarik Wisata (DTW) Jatiluwih dan kelompok UMKM. Data yang dikumpulkan meliputi jenis produk dan bentuk kemasan yang digunakan. Dalam kegiatan pengabdian ini akan dirancang kemasan untuk lima produk UMKM berikut:

Tabel 1 Mitra UMKM Desa Jatiluwih

| No | Nama Pemilik UMKM              | Produk UMKM                       |
|----|--------------------------------|-----------------------------------|
| 1  | I Nengah Seloka                | Kopi Bali                         |
| 2  | Ni Wayan Sukewerti (Mek Yanti) | Beras Merah & Kerupuk Beras Merah |
| 3  | I Wayan Semarajaya             | Beras Putih & Beras Hitam         |
| 4  | Ni Wayan Dina Sintya Dewi      | Beras Merah                       |
| 5  | Ni Wayan Ratiani (Mek Galang)  | Beras Merah & Kerupuk Beras Merah |

#### Perancangan Desain Kemasan

Berdasarkan hasil identifikasi, tim pengabdian merancang desain kemasan produk secara individual untuk masing-masing 5 mitra. Perancangan mencakup aspek:

- Logo dan identitas visual usaha
  - Label produk (nama, jenis, komposisi, berat bersih, informasi gizi bila relevan)
  - Estetika kemasan (warna, font, ilustrasi)
  - Fungsi kemasan (mudah dibuka, tahan lama, ramah lingkungan)
- Proses desain dilakukan secara iteratif dan melibatkan mitra untuk memberikan masukan selama proses berlangsung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang difokuskan pada perancangan desain kemasan produk UMKM Desa Jatiluwih telah berhasil dilaksanakan dengan melibatkan lima mitra usaha yang berasal dari sektor pertanian dan pengolahan makanan lokal. Kegiatan pengabdian menghasilkan lima desain kemasan lengkap yang disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan tiap mitra. Setiap mitra mendapatkan rancangan logo, desain kemasan primer, sekunder, dan tersier, yang dirancang secara partisipatif dan kontekstual dengan identitas produk masing-masing. Berikut uraian hasil pengabdian per mitra:

### Mitra 1: Ni Wayan Ratiani (Mek Galang)

Produk kerupuk berbahan dasar beras merah khas Bali, hasil buatan tangan mitra UMKM Ni Wayan Ratiani (Mek Galang), kini hadir dalam kemasan siap ekspor dengan merek Healthy Red Rice Crackers. Produk ini merupakan inovasi dari kerupuk tradisional yang sebelumnya dijual tanpa merek dan kemasan standar ekspor.

- **Desain:** Bagian depan kemasan menampilkan tipografi yang elegan, dengan tulisan “Healthy Red Rice” menggunakan font serif bergaya klasik, dipadukan dengan kata “Crackers” yang dicetak dalam huruf kapital tebal untuk memberikan penekanan visual. Di bawah tulisan tersebut, terdapat gambar realistis kerupuk beras merah dengan warna merah tua khas beras Jatiluwih, yang memberikan kesan autentik sekaligus menggugah selera. Pada bagian atas kemasan, tertera logo halal MUI berwarna hijau-putih sebagai jaminan kehalalan produk. Seluruh elemen teks didominasi oleh warna hitam dan abu-abu tua, sementara ilustrasi logo berbentuk tiga tangkai padi ditampilkan dalam warna coklat gelap, merepresentasikan unsur alam serta identitas lokal yang kuat
- **Kemasan primer:** Kemasan primer produk Healthy Red Rice Crackers dirancang dengan konsep modern dan ramah lingkungan untuk memenuhi standar ekspor internasional. Kemasan menggunakan bahan plastik matte berkualitas tinggi yang dapat didaur ulang, dilengkapi dengan fitur zipper lock di bagian atas untuk menjaga kesegaran produk. Dimensinya sekitar 200 mm tinggi dan 140 mm lebar dalam posisi terbuka datar, dengan masing-masing sisi depan dan belakang berukuran sekitar 70 mm. Warna dasar kemasan adalah krem atau beige muda yang memberikan kesan alami, bersih, dan premium. Pada panel belakang, informasi penting disajikan dalam dua bahasa, yaitu Inggris dan Jerman (bisa menyesuaikan dengan negara tujuan ekspor), untuk menjangkau konsumen ekspor, khususnya di Eropa. Informasi yang ditampilkan meliputi daftar bahan baku (beras merah Jatiluwih, tepung

tapioka, dan bumbu), nilai gizi per porsi, barcode, simbol daur ulang, serta petunjuk penyajian sederhana yang menjelaskan cara menggoreng kerupuk agar hasilnya maksimal. Kode produksi dan tanggal kedaluwarsa juga dicetak jelas untuk menjamin keamanan konsumsi. Keseluruhan desain mengusung pendekatan yang minimalis namun informatif, dengan fokus pada identitas lokal dan kualitas tinggi. Dengan tampilan kemasan yang profesional, informatif, dan ramah lingkungan, Healthy Red Rice Crackers siap bersaing di pasar global sebagai produk pengolahan pangan khas Bali yang sehat dan autentik.



Gambar 1 Kemasan primer Healthy Red Rice Crackers

- Kemasan sekunder:** Kemasan sekunder Healthy Red Rice Crackers dirancang menggunakan bahan karton coklat daur ulang (kraft paper) yang kokoh dan ramah lingkungan, ideal untuk kebutuhan ekspor dan distribusi dalam jumlah besar. Dus berbentuk persegi panjang ini menampung 50 kemasan primer di dalamnya, dengan sistem lipatan praktis pada bagian atas dan bawah untuk menjaga keamanan produk selama pengiriman. Warna dasar kemasan mempertahankan warna alami karton coklat tanpa pelapisan tinta penuh, memberikan kesan organik dan berkelanjutan. Seluruh elemen teks dan ikon pada kemasan dicetak dengan warna hitam pekat, sementara logo produk berupa tiga tangkai padi menggunakan warna coklat gelap yang menyatu harmonis dengan latar. Tipografi nama produk “Healthy Red Rice Crackers” tampil konsisten seperti pada kemasan primer, menegaskan identitas merek. Gambar kerupuk beras merah yang dicetak pada sudut kanan bawah tetap mempertahankan warna merah tua khas produk, menciptakan kontras menarik dengan latar karton. Bagian atas kemasan menampilkan keterangan jumlah isi “Contains: 50 pcs” dan logo Halal MUI berwarna hijau-putih sebagai jaminan kehalalan. Informasi produsen, termasuk nama perusahaan, alamat, dan nomor registrasi BPOM, dicetak jelas di sisi depan. Di salah satu sisi samping dus juga terdapat label informasi nilai gizi dalam format standar internasional, serta ikon-ikon daur ulang, penanganan barang, dan barcode untuk mempermudah distribusi. Secara keseluruhan, kemasan sekunder ini mengusung prinsip fungsional, informatif, dan berorientasi pada keberlanjutan, menjadikannya siap bersaing di pasar global.



Gambar 2 Kemasan sekunder Healthy Red Rice Crackers

- **Kemasan tersier:** Kemasan tersier Healthy Red Rice Crackers dirancang untuk keperluan distribusi besar dan ekspor internasional, dengan penataan produk dalam bentuk susunan dus sekunder di atas palet kayu standar industri.



Gambar 3 Kemasan tersier Healthy Red Rice Crackers

#### Mitra 2: I Wayan Semarajaya

- **Desain:** Logo produk terletak di bagian atas kemasan, menampilkan ikon rumah berwarna coklat kemerahan dengan bentuk atap yang sederhana dan modern, serta cerobong asap yang estilasi menyerupai tunas atau daun. Di sisi kanan rumah, terdapat ilustrasi tiga helai daun atau bulir padi yang ramping, juga berwarna coklat kemerahan, menyiratkan asal produk pertanian. Di bawah ikon grafis ini, tertera nama merek dalam huruf kapital sans-serif berwarna coklat kemerahan yang bersih dan mudah dibaca. Keseluruhan logo ini memberikan kesan alami, autentik, dan menonjolkan nilai "dari rumah" atau produk rumahan.
- **Kemasan primer:** Kemasan primer ini berbentuk tas atau kantong yang didominasi oleh warna krem pucat atau beige sebagai latar belakang, memberikan kesan minimalis dan alami. Di bagian tengah kemasan, tercetak jelas nama produk "ORGANIC BLACK RICE" dalam huruf kapital tebal berwarna hitam, dengan tulisan "ORGANIC" dan "BLACK RICE" dipisahkan oleh spasi yang cukup, menegaskan jenis dan sifat beras. Di bawahnya, tercantum berat bersih "2KG" dalam huruf kapital hitam. Bagian bawah kemasan dihiasi ilustrasi lanskap berbukit atau sawah bertingkat berwarna hijau gelap, yang memberikan kedalaman visual dan mengasosiasikan produk dengan pertanian. Di tengah lanskap ini, terdapat mangkuk kayu berwarna coklat berisi tumpukan beras hitam yang realistis dan menggiurkan, menjadi fokus utama visual produk. Di bagian paling bawah kemasan, terdapat tiga tagline penting yang dipisahkan oleh garis vertikal: "100% NATURAL", "NATURALLY PROCESSED", dan "PREMIUM QUALITY",

semuanya dicetak dalam huruf kapital berwarna coklat gelap, menggarisbawahi nilai jual dan kualitas produk.



Gambar 4 Kemasan primer Organic Black Rice

- Kemasan sekunder:** Kemasan sekunder ini adalah kotak kardus berbentuk balok dengan dimensi Lebar 45 cm, Panjang 72 cm, dan Tinggi 27 cm, dirancang khusus untuk mengakomodasi 2 baris x 2 kolom x 3 lapisan dari kemasan primer 2kg, sehingga mampu menampung total 12 kemasan primer. Kotak ini didominasi oleh warna coklat kardus alami dengan cetakan grafis berwarna coklat gelap atau hitam, menampilkan logo produk dan tulisan "ORGANIC RED RICE & BLACK RICE" yang mengidentifikasi isi produk secara jelas. Di sisi kotak, terdapat ilustrasi tumpukan kemasan primer 2kg di dalamnya, serta beberapa simbol penanganan standar seperti simbol 'fragile', 'up arrow' (menunjukkan sisi atas), dan 'do not stack' (jangan ditumpuk), yang memberikan instruksi penting untuk penanganan dan transportasi. Dengan berat bersih total 24 kg dan perkiraan berat kotor antara 26-27 kg, kemasan sekunder ini berfungsi sebagai pelindung, pengumpul, dan fasilitator logistik untuk produk beras organik



Gambar 5 Kemasan sekunder Organic Black Rice

- Kemasan tersier:** Berdasarkan gambar, kemasan tersier ini berupa palet kayu dengan dimensi Lebar 135 cm, Panjang 144 cm, dan Tinggi 70 cm, dirancang untuk menampung 2 baris x 3 kolom x 2 lapisan kemasan sekunder, sehingga totalnya berisi 12 kemasan sekunder. Kemasan sekunder di dalamnya adalah kotak kardus berwarna coklat dengan logo produk dan tulisan "ORGANIC RED RICE & BLACK RICE" serta "CONTENTS 12 PACKAGES @ 2KG". Seluruh tumpukan kemasan sekunder diikat erat pada palet dan dibungkus dengan plastik stretch film transparan untuk stabilitas dan perlindungan selama pengangkutan. Palet kayu ini juga menampilkan simbol-simbol penanganan yang relevan seperti 'this package is fragile', 'do



not drop', dan 'do not trash', yang penting untuk memastikan penanganan yang benar selama proses logistik. Dengan berat bersih total 288 kg dan perkiraan berat kotor antara 312-324 kg, kemasan tersier ini berfungsi untuk memfasilitasi penanganan, penyimpanan, dan transportasi produk dalam jumlah besar secara efisien dan aman.



Gambar 6 Kemasan tersier Organic Black Rice

### Mitra 3: Ni Wayan Sukewerti (Mek Yanti)

- **Desain:** Logo Heritage Indopure dirancang untuk mencerminkan citra alami, sehat, dan modern dengan sentuhan global. Elemen utama dalam logo ini adalah gambar bola dunia berwarna coklat muda yang melambangkan cakupan internasional serta visi merek untuk menjangkau pasar global. Di depan bola dunia tersebut terdapat dua helai daun berwarna hijau dan merah kecoklatan, yang melambangkan unsur alam, kesegaran, serta keberlanjutan produk yang dihasilkan. Tipografi nama merek dibagi menjadi dua gaya yang saling melengkapi: kata "Heritage" menggunakan font skrip bergaya klasik yang memberikan kesan elegan, tradisional, dan tepercaya, sementara kata "INDOPURE" ditulis dengan huruf kapital menggunakan font sans-serif modern berwarna coklat gelap, menghadirkan kesan bersih, kuat, dan profesional. Selain itu, di bagian atas kemasan juga terdapat logo halal MUI berbentuk segi lima berwarna ungu muda, sebagai bukti bahwa produk ini telah memenuhi standar kehalalan nasional Indonesia, sehingga aman dikonsumsi oleh masyarakat Muslim.
- **Kemasan primer:** Kemasan primer produk Organic Red Rice dari Heritage Indopure dirancang dengan pendekatan visual yang alami, informatif, dan modern. Kemasan berbentuk kotak ini memiliki dimensi tinggi 200 mm, lebar sisi depan 120 mm, dan lebar sisi samping 60 mm. Warna dasar kemasan menggunakan warna coklat kraft yang memberikan kesan ramah lingkungan dan sederhana, sejalan dengan identitas produk organik. Pada bagian depan kemasan, terdapat label produk berwarna hijau tua dengan tulisan "ORGANIC RED RICE" yang mencolok, diikuti oleh slogan "EAT CLEAN, FEEL GREAT" pada latar warna emas yang memperkuat pesan hidup sehat. Tiga ikon sertifikasi yang tersusun horizontal di bawah slogan menunjukkan bahwa produk ini bersertifikat organik, sehat, dan ramah lingkungan. Bagian bawahnya menampilkan gambar butiran beras merah, memberikan gambaran visual nyata tentang isi produk. Pada bagian belakang kemasan, informasi nilai gizi disajikan secara lengkap dalam format tabel Nutritional Facts, sehingga memudahkan konsumen memahami kandungan produk. Terdapat pula petunjuk penyajian yang terdiri dari tujuh langkah praktis, serta komposisi produk yang hanya berisi 100% beras merah organik tanpa campuran bahan lain. Di bagian ini juga

dicantumkan informasi penting lainnya seperti kontak produsen, barcode, logo sertifikasi, serta tanggal produksi dan masa kedaluwarsa. Secara keseluruhan, desain kemasan ini tidak hanya menekankan pada nilai estetika tetapi juga pada kejelasan informasi, mencerminkan kualitas premium dan komitmen terhadap gaya hidup sehat yang diusung oleh merek Heritage Indopure.



Gambar 7 Kemasan primer Heritage Indopure

- Kemasan sekunder:** Kemasan sekunder dari produk Heritage Indopure menggunakan desain karton boks berwarna putih bersih yang mencerminkan kesan minimalis, higienis, dan modern. Kemasan ini berfungsi sebagai wadah pelindung dan pengelompokan dari kemasan primer, yang dalam hal ini berisi 6 boks (tertera “Contains: 6 Box (2x3 Box)”), memungkinkan efisiensi dalam penyimpanan, pengangkutan, dan distribusi produk ke pasar ritel atau konsumen grosir.

Pada bagian depan kemasan tercetak logo utama Heritage Indopure, yang terdiri dari simbol bola dunia dan dua daun alami seperti pada kemasan primer, menegaskan identitas merek secara konsisten. Penempatan logo berukuran besar di sisi depan menjadikan kemasan mudah dikenali di gudang atau rak penyimpanan. Terdapat pula simbol-simbol internasional penanganan barang di bagian bawah kanan seperti ikon “fragile”, “this side up”, dan “keep dry” yang berfungsi memberikan instruksi visual penting untuk perlakuan terhadap kemasan selama proses logistik.

Struktur kemasan sekunder ini dirancang berbentuk persegi panjang dengan penutup atas lipat yang kuat dan mudah dibuka-tutup. Dengan desain yang simpel dan informatif, kemasan sekunder ini tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga sebagai bagian dari strategi branding yang menyampaikan nilai profesionalisme, higienitas, dan keberlanjutan dari produk Heritage Indopure



Gambar 8 Kemasan sekunder Heritage Indopure



- **Kemasan tersier:** Kemasan tersier dari produk Heritage Indopure menggunakan peti kayu solid yang kokoh dan tahan banting, dirancang khusus untuk kebutuhan logistik dalam skala besar. Peti ini berfungsi sebagai pelindung utama yang mengamankan beberapa kemasan sekunder (yang berisi kemasan primer) selama proses penyimpanan di gudang dan pengiriman jarak jauh, baik untuk distribusi nasional maupun ekspor. Pada peti tersebut tertera keterangan “Contains: 8 Boxes”, yang menunjukkan bahwa setiap kemasan tersier menampung delapan boks kemasan sekunder, sehingga meningkatkan efisiensi distribusi.

Desain peti dilengkapi dengan branding logo Heritage Indopure yang mencakup ikon bola dunia dan daun dengan warna alami, menjaga konsistensi identitas merek dalam semua level kemasan. Selain itu, terdapat pula simbol-simbol standar penanganan seperti “fragile”, “handle with care”, “keep dry”, dan “this side up” untuk memastikan bahwa peti diperlakukan dengan hati-hati selama pengangkutan. Keberadaan palet di bagian bawah memungkinkan kompatibilitas dengan forklift dan pallet jack, mempermudah proses bongkar muat.

Peti kayu ini tidak hanya memberikan perlindungan fisik terhadap benturan, tekanan, dan kelembapan, tetapi juga menunjukkan keseriusan perusahaan dalam menjaga kualitas produk dari gudang hingga ke tangan distributor. Dengan desain fungsional dan profesional, kemasan tersier ini mencerminkan komitmen Heritage Indopure terhadap keamanan, efisiensi, dan kualitas rantai pasok.



Gambar 9 Kemasan tersier Heritage Indopure

#### Mitra 4: I Nengah Seloka

- **Kemasan primer:** Kemasan kopi yang ditampilkan adalah jenis kapsul kopi yang dirancang secara khusus untuk kompatibilitas dengan mesin kopi otomatis. Dengan tinggi 3,7 cm dan diameter 2,7 cm, bentuk dan ukuran kapsul ini telah disesuaikan untuk dapat dimasukkan langsung ke dalam mesin kopi tipe kapsul (coffee pod machine) tanpa perlu dibuka atau ditakar manual, sehingga memudahkan proses penyeduhan kopi. Kapsul ini umumnya terbuat dari bahan plastik food grade atau aluminium yang tahan terhadap suhu tinggi, dengan bagian atas tersegel rapat untuk menjaga kesegaran dan aroma kopi. Saat digunakan, mesin kopi akan menekan dan menusuk bagian atas kapsul, kemudian menyemprotkan air panas bertekanan tinggi ke dalamnya untuk mengekstrak kopi dengan cepat dan efisien, menghasilkan cita rasa kopi yang konsisten dalam waktu singkat. Desain kemasan ini tidak hanya mendukung kenyamanan dan efisiensi, tetapi juga sangat praktis untuk penggunaan individu, terutama di lingkungan kerja, rumah, atau hotel. Branding “BALI MOUNTAIN COFFEE” pada bagian atas

kapsul juga menjadi strategi visual yang kuat untuk meningkatkan daya tarik merek dan memperkuat identitas produk premium asal Bali. Dengan demikian, kemasan kapsul ini menjadi solusi modern yang menggabungkan kenyamanan, kualitas, dan kesegaran dalam satu bentuk kecil yang efisien dan elegan.



Gambar 10 Kemasan primer Bali Montain Coffee

- **Kemasan sekunder:** Kemasan sekunder dari produk Bali Mountain Coffee dirancang dengan bentuk persegi panjang vertikal yang ergonomis dan informatif. Dengan dimensi panjang 13 cm, lebar 4,5 cm, dan tinggi 17 cm, kemasan ini memuat 12 kapsul kopi yang tersusun rapi, sehingga memudahkan penyimpanan dan distribusi. Desain kemasan menampilkan nuansa hijau tua dengan ornamen khas Bali yang memperkuat identitas lokal produk. Bagian depan kemasan menampilkan logo merek "Bali Mountain Coffee" beserta ilustrasi secangkir kopi, yang memberikan kesan premium dan menggugah selera.

Di bagian belakang, terdapat informasi lengkap mengenai kandungan nutrisi, petunjuk penyajian, cara penyeduhan, serta data produksi dan distribusi. Kemasan ini juga mencantumkan sertifikasi halal dan nomor BPOM, yang menambah kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan legalitas produk. Dengan bahan yang ramah lingkungan serta desain fungsional, kemasan sekunder ini tidak hanya melindungi produk di dalamnya, tetapi juga memperkuat daya tarik visual dan citra brand yang profesional.



Gambar 11 Kemasan sekunder Bali Montain Coffee

- **Kemasan tersier:** Kemasan tersier ini berfungsi sebagai wadah pelindung utama untuk mempermudah penanganan, penyimpanan, dan distribusi dalam jumlah besar. Terbuat dari kardus bergelombang (corrugated box), kemasan ini memiliki dimensi 35 cm (panjang) × 30 cm (lebar) × 40 cm (tinggi), dan berisi 24 kotak dengan masing-masing 12 kapsul kopi. Informasi penting seperti berat kotor (10,2 kg), berat bersih (8,4 kg), asal produk (Indonesia), serta petunjuk penanganan (misalnya arah panah, simbol pecah belah) dicetak jelas pada permukaan kemasan. Selain menjaga kualitas produk

selama proses logistik, kemasan ini juga memuat identitas merek dan kode produksi, yang penting untuk pelacakan dan kontrol kualitas.



Gambar 12 Kemasan tersier Bali Montain Coffee

#### Mitra 5: I Wayan Semarajaya

- **Desain:** Logo utama produk "BERAS PUTIH JATILUWIH" terletak di bagian tengah bawah kemasan, berbentuk oval atau perisai vertikal dengan bingkai ganda berwarna kuning mustard. Di dalamnya, terdapat ilustrasi tiga batang padi vertikal berwarna hijau tua, melambangkan identitas produk beras. Ilustrasi padi ini dikelilingi oleh teks melingkar "ORGANIC RICE", dengan sebagian kata "ORGANIC" berwarna kuning mustard dan sebagian hijau tua, serta "RICE" berwarna kuning mustard, secara jelas menegaskan klaim produk sebagai beras organik. Aksent bintang kecil di atas dan bawah teks melingkar menambah sentuhan dekoratif pada logo.
- **Kemasan primer:** Kemasan primer produk ini adalah tas berdiri (gusseted bag) dengan dominasi warna kuning mustard yang cerah, dikombinasikan dengan hijau tua sebagai warna sekunder, memberikan kesan alami dan premium. Bagian atas kemasan dilengkapi dengan gagang lubang potong untuk kemudahan membawa. Informasi utama produk seperti "BERAS PUTIH JATILUWIH" dan "PREMIUM QUALITY" dicetak tebal dengan kombinasi font sans-serif dan serif, menonjolkan nama brand dan kualitasnya. Di sisi kiri dan kanan nama produk, serta di bagian bawah kemasan, terdapat ilustrasi daun dan batang padi yang estilasi, memperkuat identitas produk beras dan memberikan sentuhan estetika alami. Lingkaran "2kg" di sisi kanan bawah secara jelas menunjukkan berat bersih produk, melengkapi fungsionalitas dan daya tarik visual kemasan.



Gambar 13 Kemasan primer Beras Putih Jatiluwih

- **Kemasan sekunder:** Kemasan sekunder yang ditampilkan adalah sebuah kotak karton berwarna coklat polos (kraft paper) yang berfungsi sebagai

kemasan transportasi atau kemasan kelompok untuk produk "Beras Putih Jatiluwih Organik". Desainnya fungsional dan informatif, didominasi oleh tipografi hitam yang jelas untuk identifikasi produk. Bagian depan kemasan secara menonjol menampilkan nama produk "BERAS PUTIH JATILUWIH" dalam font sans-serif tebal, yang mengindikasikan jenis beras dan asalnya. Di bawahnya, terdapat logo melingkar berwarna hitam dengan tulisan "ORGANIC RICE" yang mengelilingi ilustrasi tangkai padi di dalam lingkaran, menegaskan klaim organik dan kualitas produk. Informasi kuantitas isi juga tercetak dengan jelas: "6 x 2kg POUCHES", menunjukkan bahwa kemasan ini berisi enam kantong beras, masing-masing seberat 2 kilogram, dengan total berat bersih 12 kilogram. Di sisi kiri bawah, terdapat simbol penanganan kargo internasional "This Way Up" atau "Handle with Care" (dua gelas pecah) yang digabungkan dengan teks "Tclnggrap" (kemungkinan merupakan singkatan atau kode internal) yang mengindikasikan instruksi penanganan untuk menjaga integritas produk. Secara keseluruhan, kemasan ini dirancang untuk tujuan logistik dan identifikasi cepat, dengan informasi yang esensial untuk penyimpanan, transportasi, dan distribusi produk pangan organik.



Gambar 14 Kemasan sekunder Beras Putih Jatiluwih

- **Kemasan tersier:** Kemasan tersier ini menampilkan unit kargo yang telah distack dan diamankan secara efisien di atas sebuah palet kayu standar, siap untuk kebutuhan pengiriman dan logistik skala besar. Kotak-kotak karton berwarna coklat dengan merek "Beras Putih Jatiluwih Organik" dan informasi isi "6 x 2kg POUCHES" disusun rapi dalam tiga lapisan dengan pola tumpukan yang memaksimalkan stabilitas, seperti interlocking, untuk mencegah pergeseran selama transportasi. Penggunaan palet sebagai fondasi memungkinkan penanganan yang cepat dan aman menggunakan alat angkut seperti forklift, sementara pengelompokan kemasan sekunder ini secara signifikan meningkatkan efisiensi penanganan, perlindungan produk dari kerusakan fisik, dan optimasi penggunaan ruang dalam gudang maupun kontainer pengiriman, yang merupakan praktik standar dalam rantai pasok modern.



Gambar 15 Kemasan tersier Beras Putih Jatiluwih

### IMPLIKASI

Kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif yang signifikan bagi pengembangan potensi lokal dan pemberdayaan pelaku UMKM di Desa Jatiluwih. Melalui pendekatan partisipatif dalam perancangan desain kemasan, pelaku UMKM tidak hanya memperoleh hasil berupa identitas visual dan kemasan produk yang lebih representatif, tetapi juga mengalami peningkatan pemahaman terhadap pentingnya kemasan sebagai strategi pemasaran dan penguatan merek. Peningkatan kualitas kemasan terbukti mendorong daya tarik produk, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan nilai jual. Hal ini berkontribusi langsung pada penguatan posisi UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif, khususnya di sektor ekowisata dan pasar produk lokal yang kini tengah berkembang. Lebih jauh, kegiatan ini juga mendorong terciptanya kesadaran baru di kalangan pelaku usaha bahwa keberhasilan produk tidak hanya bergantung pada isi, tetapi juga pada cara produk tersebut dikemas dan dipersepsikan oleh konsumen. Hal ini menjadi pondasi penting bagi pengembangan usaha yang berkelanjutan dan berbasis inovasi.

### KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Jatiluwih berhasil memberikan kontribusi nyata dalam penguatan identitas visual dan daya saing produk UMKM lokal melalui perancangan desain kemasan. Lima mitra UMKM dari sektor pertanian dan pengolahan makanan telah memperoleh desain logo serta kemasan produk lengkap (primer, sekunder, dan tersier) yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing produk. Desain yang dihasilkan tidak hanya menonjolkan unsur estetika dan fungsionalitas, tetapi juga memperhatikan kearifan lokal, potensi wisata, serta tren pasar ekowisata dan konsumen modern. Respons positif dari mitra serta hasil uji coba pasar menunjukkan bahwa desain kemasan mampu meningkatkan citra, nilai jual, dan kepercayaan konsumen terhadap produk. Kegiatan ini juga turut meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya kemasan sebagai elemen strategis dalam pemasaran dan brand positioning. Dengan pendekatan partisipatif, mitra terlibat aktif dalam seluruh proses perancangan, sehingga hasil yang diperoleh relevan dengan kebutuhan mitra.

Kegiatan perancangan desain kemasan produk UMKM ini sangat relevan dan berdampak positif, sehingga direkomendasikan untuk dilaksanakan kembali dengan cakupan mitra yang lebih luas di Desa Jatiluwih. Banyak pelaku usaha lainnya yang juga memiliki potensi produk unggulan namun belum tersentuh penguatan identitas visual dan desain kemasan. Selain itu diperlukan

penyelenggaraan pelatihan khusus mengenai desain kemasan bagi para pelaku UMKM. Pelatihan ini dapat mencakup dasar-dasar desain grafis, penggunaan aplikasi desain sederhana (seperti Canva), pemahaman elemen penting dalam kemasan, serta branding produk. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan UMKM dapat berkembang secara mandiri dalam merancang dan memperbaharui kemasan produknya sesuai kebutuhan pasar.

## REFERENSI

- Pebriani, R. A., Syafitri, L., & Yustini, T. (2024). Optimasi Media Sosial dan Desain Kemasan Produk Sebagai Pendorong Pertumbuhan Usaha di Desa Kemang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(2), 1128–1135.
- Priyandoko, Z., Syarifudin, D., Herlina, E., & Rantini, R. (2023). Potensi Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Adat di Desa Jatiluwih Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan. *Dinamika : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 10(2).
- Purhita, J. E., Nugroho, S., Widiastuti, S., Zainudin, A., Ayyub, & Fitrianto, Y. (2023). Peningkatan Kapasitas SDM dalam Memahami Pentingnya Branding dan Packaging Produk UMKM Desa. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(4), 4455–4462. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i4>
- Zed, E. Z., Febriansah, A. E., Primayanti, M., Aryani, F., & Dewi, V. (2024). Pengaruh Packaging Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Industri Makanan (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5, 2209–2229.