

Pendampingan Pembuatan Desain Kemasan pada Usaha Kerajinan Tangan Rahayu Craft di Kota Bandung

Rahmania Almira^{1*}, Adilla Ulfiati²

^{1,2} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas 'Aisyiyah Bandung

Abstrak

Kemasan adalah wadah suatu produk untuk yang berfungsi untuk meningkatkan fungsi dan nilai produk tersebut. Desain kemasan memiliki peran penting dalam suatu usaha, karena desain kemasan merupakan salah satu pendukung dalam proses branding sehingga memiliki daya tarik secara visual dan fungsional. Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan bertujuan agar pelaku usaha dapat memiliki edukasi, wawasan dan pengetahuan terkait bisnis, branding dan desain kemasan. Serta memiliki desain kemasan yang baik secara visual dan fungsional agar mampu meningkatkan nilai jual dari produk tersebut. Kegiatan ini menghasilkan sebuah rancangan desain kemasan yang dapat digunakan oleh Rahayu Craft. Selain menghasilkan rancangan desain kemasan, Rahayu Craft pada awalnya belum memahami model bisnis, proses branding namun setelah terlaksananya kegiatan ini dapat melakukan penentuan target audiens, dan melakukan branding.

Kata Kunci: Desain Kemasan, Kerajinan Tangan, Branding

Submitted: 20 May 2026; Reviewed: 27 May 2026; Accepted: 28 May 2026

DOI: [10.46368/dpkm.v6i2.4845](https://doi.org/10.46368/dpkm.v6i2.4845)

Assistance in Packaging Design Development for Rahayu Craft Handicraft Business in Bandung City

Abstract

Packaging serves as a product container designed to enhance the functionality and overall value of a product. Packaging design plays a crucial role in business, as it is a key element in the branding process, offering both visual and functional appeal. The objective of this Community Service activity is to provide business owners with education, insights, and knowledge regarding business, branding, and packaging design. Additionally, it aims to enable them to create visually and functionally effective packaging designs that enhance the product's marketability. This activity resulted in a packaging design specifically for Rahayu Craft. Furthermore, while Rahayu Craft initially lacked an understanding of business models and branding processes, following the implementation of this activity, they are now able to identify their target audience and execute branding strategies.

Keywords: Packaging, Handicraft, Branding

Pendahuluan

Kota Bandung memiliki julukan sebagai kota kreatif. Sebagai Ibu Kota Jawa Barat, Kota Bandung dikenal sebagai salah satu pusat industri kreatif seperti fesyen, produk film, music, desain, seni dan kriya. Ishak dan Somadi (2019) menjelaskan Kota Bandung mempunyai potensi industri kreatif yang cukup besar pada posisi nasional. Perkembangan teknologi membuat pertumbuhan pelaku usaha di Kota Bandung cukup pesat, teknologi mampu menawarkan beragam keuntungan bagi pelaku usaha, Usaha Mikro Kecil Menengah agar mampu meningkatkan pemasaran dan penjualannya. Menurut Mashadi dan Aang Munawar (2021) UMKM memegang peran sentral perekonomian Indonesia salah satunya dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau UMKM. Anggraini (2024) menjelaskan untuk bertahan di era digital dan pasar yang kompetitif, pelaku usaha dituntut untuk berinovasi

*Corresponding Author: Rahmania Almira, rahmania@unisa-bandung.ac.id, Universitas 'Aisyiyah Bandung, Indonesia

dalam berbagai aspek, mulai dari transaksi digital hingga peningkatan kualitas visual produk melalui inovasi desain kemasan.

Salah satu industri kreatif yang saat ini cukup berkembang yaitu dibidang craft, banyak bermunculan produk kerajinan tangan seperti rajut, *beads* manik-manik, *punch needle*, hingga *macrame*. Rajut dan manik-manik saat ini tidak hanya sebagai hobi, tetapi beberapa hasil kerajinan rajut di produksi sebagai atribut fesyen seperti tas, dompet, sepatu, dan pakaian. Permintaan pasar terhadap produk-produk tersebut menciptakan pelaku usaha baru. Hasil kerajinan rajut tersebut diproduksi dan di pasarkan. Produk yang dihasilkan dari rajut dan manik-manik tidak pernah memiliki kesamaan di setiap hasilnya, hal ini membuat setiap produk memiliki ciri khasnya masing-masing. Sehingga produk yang dipasarkan oleh pengrajin perlu dikemas menarik.

Banyaknya permintaan pasar terkait produk-produk tersebut membuat banyak produk sejenis dipasaran. Maka dalam memasarkan produk terdapat beberapa hal perlu diperhatikan antara lain kualitas produk, produk menarik dan memiliki nilai jual, serta salah satu factor yang penting pada produk yaitu kemasan. Julianti (2014:15) dalam Rahardjo (2019:1) menjelaskan kemasan merupakan wadah sebuah produk yang berfungsi untuk meningkatkan nilai dan fungsi produk tersebut. Kemasan merupakan bagian terluar untuk membungkus suatu produk dengan tujuan Mashadi dan Aang (2021) menjelaskan komunikasi penjual dan pembeli kemasan salah satunya melalui kemasan, sehingga kemasan harus mampu menyampaikan pesan melalui komunikasi informatif. Pengrajin rajut dan manik-manik yang masih memproduksi secara perorangan saat ini belum memperhatikan kebutuhan kemasan, sehingga kemasan yang digunakan sebatas penutup produk saja. Sedangkan kemasan tidak hanya sebagai penutup wadah tetapi juga sebagai media komunikasi dari penjual kepada konsumennya. Menurut Wirya (1999:6-7) dalam Rahardjo (2019:4) fungsi kemasan harus menampilkan beberapa faktor penting yaitu, faktor pengamanan, faktor ekonomi, faktor pendistribusian, faktor komunikasi, faktor ergonomic, faktor estetika, faktor identitas, faktor promosi dan faktor lingkungan. Sehingga fungsi dari kemasan tidak hanya sebagai wadah produk saja tetapi juga sebagai branding dari usaha tersebut.

Beberapa penelitian terbaru menegaskan bahwa kemasan bukan lagi sekedar pelindung fisik, melainkan elemen strategis yang mampu meningkatkan nilai jual, daya saing, dan identitas merek suatu produk UMKM (Kusumawati dan Kusumah, 2022). Dalam keputusan membeli suatu produk, desain kemasan memiliki peran yang cukup penting sehingga perlunya menyajikan desain kemasan yang menarik dengan menyesuaikan warna serta font yang digunakan pada kemasan (Indrawan, Azmi & Wiroto, 2024).

Rahayu Craft merupakan usaha rumahan yang berlokasi di Kecamatan Cinambo, Kota Bandung, yang bergerak dalam bidang kerajinan tangan berbahan manik-manik dengan produk utama berupa tas dan dompet. Usaha ini dimiliki oleh Ibu Sri yang memiliki hobi merajut dan membuat berbagai kerajinan tangan. Saat ini pemasaran produk masih dilakukan secara sederhana melalui status *WhatsApp*, teman, serta lingkungan sekitar tempat tinggal. Namun, keterbatasan pemahaman mengenai branding, pemasaran, dan desain kemasan menyebabkan produk yang dihasilkan belum dikemas secara optimal sehingga kurang mampu menarik minat calon konsumen. Selain itu, karena produk merupakan hasil kerajinan tangan yang relatif rentan terhadap kerusakan, diperlukan kemasan yang tidak hanya memiliki kualitas perlindungan yang baik tetapi juga tampilan visual yang menarik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan kondisi

tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi mengenai bisnis, merek (*brand*), *branding*, dan desain kemasan, meningkatkan pemahaman pelaku usaha dalam pengelolaan bisnis guna mendukung peningkatan kualitas produk dan penjualan, serta memberikan pendampingan dalam perancangan desain kemasan yang sesuai dengan kebutuhan dan identitas merek Rahayu Craft sehingga mampu meningkatkan daya saing produk di pasaran.

Metode

Sasaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu Rahayu Craft dengan pemilik usaha yaitu ibu sri. Rahayu Craft merupakan sebuah usaha rumahan yang memproduksi kerajinan rajut dan manik-manik. Hasil produk rahayu craft antara lain tas rajut, tas manik-manik, dompet manik manik. Pendampingan perancangan desain kemasan ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman dalam berbisnis bagi Rahayu craft. Lokasi kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dilakukan di Kota Bandung, Tepatnya di Kecamatan Cinambo. Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini melalui beberapa tahapan antara lain:

1) Analisa kondisi dan fenomena.

Analisa fenomena yang terjadi pada industri kreatif di Kota Bandung. Berdasarkan analisis ketahu bahwa terdapat pelaku usaha atau UMKM yang memiliki usaha atau bisnis namun tidak memiliki kemasan yang baik. Sehingga dilakukan penentuan target sasaran untuk mengetahui secara mendalam terkait permasalahan dan kendala dalam kemasan.

2) Penentuan target sasaran.

Penentuan target sasaran dengan cara melakukan wawancara kepada pihak terkait, yaitu Ekbang pada Kecamatan Cinambo untuk mendapatkan informasi pelaku usaha industri kreatif yang ada di Kecamatan Cinambo. Berdasarkan data diketahui terdapat sejumlah pelaku ekonomi kreatif yang sudah memiliki kemasan, namun terdapat satu pelaku usaha yang belum memiliki kemasan. Pelaku usaha yang belum memiliki kemasan tersebut adalah Rahayu Craft yang dimiliki oleh Ibu Sri. Sehingga kegiatan ini berfokus padaa Rahayu Craft, dengan tujuan mendampingi pelaku usaha agar memiliki wawasan terkait pentingnya kemasan hingga memiliki kemasan, serta pelatihan untuk dapat terus brinovasi.

3) Pendampingan.

Pendampingan dilakukan secara bertahap dengan peserta, dengan tujuan memberikan wawasan serta pengetahuan dan tekonologi dalam meningkatkan usaha melalui desain kemasan. Pendampingan terdiri dari beberapa materi, antara lain; Peningkatan pengetahuan tentang usaha/bisnis, Peningkatan wawasan tentang segmentasi pasar dan target audiens, Peningkatan wawasan tentang branding, Peningkatan pemahaman tentang pentingnya desain dalam sebuah usaha, Peningkatan pemahaman tentang pengaruh desain kemasan terhadap peningkatan penjualan.

4) Perancangan Desain Kemasan.

Perancangan desain kemasan dilakukan setelah peserta memahami terkait desain kemasan dan branding. Perancangan melalui beberapa tahapan, antara lain; Melakukan analisis segmentasi pasar Rahayu Craft, Melakukan pencarian referensi, Melakukan sketsa awal desain sesuai dengan branding Rahayu Craft, Melakukan diskusi dengan

peserta terkait desain, Melakukan perancangan desain akhir, Melakukan pembuatan *mock up sample*.

5) Evaluasi.

Dilakukan evaluasi dari kegiatan ini untuk mengetahui efektifitas dan efisiensi dari teknis kegiatan pendampingan perancangan.

Hasil dan Pembahasan

Pada kegiatan ini dilakukan dengan beberapa tahapan. Tahapan pertama yaitu melakukan analisis terhadap permasalahan, selanjutnya melaksanakan kegiatan yang terdiri dari pendampingan, perancangan desain kemasan, dan tahap terakhir Adalah evaluasi. Pada tahap pertama yaitu analisis dilakukan diskusi dan wawancara terkait permasalahan yang dihadapi, kondisi usaha dan lama usaha. Setelah mendapatkan data terkait permasalahan dan kebutuhan usaha dilakukan analisis segmentasi pasar dan tren yang saat ini sedang berlangsung hal ini bertujuan agar produk dan desain kemasan dapat sesuai dengan kebutuhan pasar. Selanjutnya dilakukan perancangan desain kemasan sesuai dengan crative brief dan kebutuhan. Tahap akhir yaitu evaluasi desain kemasan yang telah disetujui oleh mitra.

1) Pendampingan

Pendampingan dilakukan dengan pemberian materi kepada pelaku usaha Rahayu Craft. Pemberian materi dilakukan dalam beberapa tahap. Tahap pertama bertema “Branding bisnis dari Rumah” yaitu materi terkait strategi usaha, tips dan trik bisnis, penentuan segmentasi pasar dan target audiens, serta proses branding Materi terkait usaha dan bisnis diberikan dengan tujuan bisnis Rahayu Craft dapat berfokus pada bisnisnya. Pemilihan materi tersebut didasari oleh permasalahan dan kondisi yang dihadapi oleh Rahayu Craft. Sebagai seseorang yang memiliki usaha meski diawali oleh hobi atau minat, perlu adanya keseriusan agar bisnis yang dijalankan dapat bertahan dan berkembang. Setelah penyampaian materi dilakukan sesi diskusi untuk menentukan target audiens, dan media berjualan. Berdasarkan diskusi ini didapatkan penentuan segmentasi dan target audiens yaitu remaja perkotaan dengan usia 15 hingga 25 tahun dengan minat gaya berpakaian yang ceria.



Gambar 1. Pendampingan Dengan Pemilik Usaha Rahayu Craft

Terlihat pada gambar 1, tim pengabdian sedang melakukan diskusi dan pendampingan secara langsung dengan Ibu Sri selaku pemilik Rahayu Craft untuk menentukan materi branding yang tepat sesuai target audiens yang disasar. Selanjutnya

kegiatan dilakukan dengan memberikan materi terkait desain dan peran desain kemasan dalam peningkatan penjualan. hal ini didasari oleh kondisi Rahayu Craft merupakan usaha dibidang kerajinan tangan sehingga desain yang dipasarkan perlu memiliki keunikan dan nilai jual, serta perlunya pemahaman terkait desain kemasan. Setelah penyampaian materi dilakukan sesi diskusi untuk mengetahui kebutuhan desain dan gaya yang diusung oleh Rahayu Craft. Berdasarkan sesi diskusi diketahui bahwa desain yang dibutuhkan oleh Rahayu Craft yaitu kemasan yang cocok dengan target audiens.

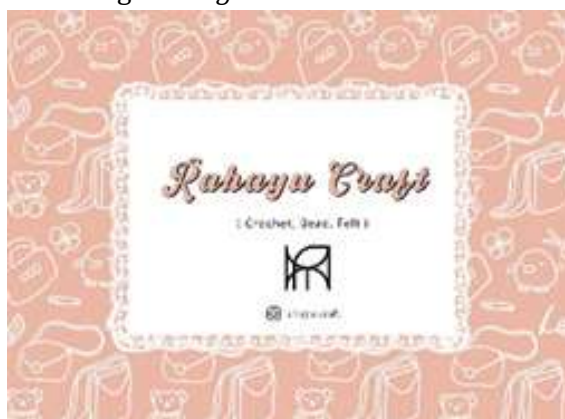
2) Perancangan Desain Kemasan

Pendampingan terkait bisnis dan desain kemasan yang telah disampaikan selanjutnya menghasilkan kebutuhan desain dan brief dari pihak Rahayu Craft. Proses perancangan dilakukan mulai dari proses sketsa, pembuatan moodboard, pemilihan warna yang tepat dengan produk. Pihak Rahayu Craft diberikan beberapa alternatif desain sesuai dengan segmentasi dan target audiens. Berdasarkan proses pendampingan, dihasilkan elemen visual ilustrasi berupa produk karya Rahayu Craft seperti boneka dan tas, serta ilustrasi dari bahan yang digunakan untuk membuat produk seperti gunting, benang dan jarum. Desain kemasan dirancang dengan menampilkan *namings* Rahayu Craft, logo Rahayu Craft, akun Instagram Rahayu.craft dan elemen visual.



Gambar 2. Desain Kemasan

Gambar 2 menunjukkan rancangan desain kemasan alternatif pertama yang menonjolkan elemen visual ilustrasi produk rajut serta palet warna yang cerah, disesuaikan dengan target audiens dari Rahayu Craft yaitu remaja. Setelah Rahayu Craft menyetujui desain yang diberikan, namun terdapat masukan dari pemilik usaha Rahayu Craft, yaitu elemen visual menggunakan jenis *outline*. Finalisasi desain selanjutnya dilakukan dengan meletakkan elemen visual sebagai *background*.



Gambar 3. Desain Kemasan yang telah disetujui

Berdasarkan masukan dari Mitra yaitu Rahayu Craft, desain direvisi menjadi bentuk pola (pattern) latar belakang dengan gaya outline menggunakan warna putih yang terlihat lebih elegan seperti yang disajikan pada gambar 3. Tahap terakhir yaitu perancangan mockup desain kemasan. Desain yang diusung untuk Rahayu Craft bertemakan *colorful* dan ceria disesuaikan dengan target audiens. Menunjukkan identitas produk-produk yang dijual oleh Rahayu Craft. Visualiasi penerapan desain pada corrugated box (kotak bergelombang) divisualisasikan pada mock up di gambar 4. Dengan menampilkan hasil akhir kemasan yang aman serta fungsional untuk pengiriman.



Gambar 4. Mockup Desain Kemasan

3) Evaluasi

Konsumen memiliki lima hal yang dilakukan sebelum melakukan Keputusan ketertarikan pada suatu produk, salah satunya yaitu kemasan (Madyoratri & Sari, 2024). Cara menarik perhatian calon konsumen yaitu dengan menampilkan desain kemasan yang inovatif (Chyntia, dkk., 2025). Saat ini kemasan merupakan salah satu unsur penting dalam kegiatan pemasaran, karena kemasan dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam penggunaan maupun penyimpanan produk sehingga konsumen merasa puas pada produk yang dibeli (Dewanti, Dkk. 2021). Penerapan desain kemasan terbukti mampu membantu UMKM dalam memperluas pasar serta meningkatkan nilai tambah produk (Vinsensia, dkk., 2023) Pendampingan ini tidak hanya menghasilkan sebuah desain kemasan, tetapi memberikan pemahaman kepada Rahayu Craft terkait pentingnya branding melalui desain kemasan.

Setelah dilakukan pendampingan saat ini terdapat peningkatan nilai dari produk yang dipasarkan oleh Rahayu Craft, dengan tersedianya desain kemasan para pelanggan dapat merasa lebih intim dengan produk Rahayu Craft karena kemasan yang diberikan kepada pelanggan lebih menarik. Berdasarkan materi dan hasil pendampingan diketahui bahwa Rahayu craft memberikan umpan balik positif terhadap kegiatan pendampingan, seperti kualitas materi yang disampaikan, proses pendampingan serta hasil yang diperoleh setelah mengikuti pendampingan. Secara keseluruhan pendampingan ini berhasil mencapai target yaitu menghasilkan sebuah desain kemasan yang dapat diaplikasikan serta meningkatkan pemahaman Rahayu Craft terkait desain kemasan. Kegiatan ini diharapkan dapat diterapkan oleh Rahayu Craft secara berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing produk.

Simpulan

Kegiatan pendampingan dan perancangan desain kemasan ini mendapatkan sambutan baik oleh Rahayu Craft. Rahayu Craft pada awalnya memiliki permasalahan

karena tidak memahami bisnis, model bisnis, dan branding, sehingga bisnis yang berasal dari hobi ini menjadi perlu lebih serius. Saat hadir pesanan dan permintaan pihak Rahayu Craft belum memahami proses penjualan yang baik sehingga dirumuskan solusi yaitu peningkatan pemahaman terkait bisnis, branding dan juga desain. Peran desain dan desain kemasan menjadi penting karena produk yang dipasarkan merupakan sebuah karya desain bidang kerajinan tangan. Solusi yang diberikan yaitu perancangan desain yang dapat digunakan Rahayu Carft untuk melakukan proses branding dan pemasaran. Pelaksanaan pengabdian kepada Masyarakat selanjutnya bila mengusung tema perancangan desain kemasan diharapkan dapat mengenal dan memahami kondisi pelaku usaha agar mampu meningkatkan kesadaran pelaku usaha terkait peran desain dan desain kemasan dalam proses branding.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih diucapkan kepada Ibi Sri Rahayu selaku pemilik Rahayu Craft telah meluangkan waktu dan bersedia Kerjasama. Serta Adilla selaku tim desain yang telah membantu dalam proses perancangan desain kemasan hingga akhirnya tercipta sebuah desain kemasan untuk rahayu Craft.

Daftar Pustaka

- Anggraini, W. E. P., Santoso, B., & Yulianti, D. (2024). Pengembangan Kemasan UMKM Berbasis Sistem SPKP untuk Meningkatkan Brand Value di Era Digital. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 560-566.
- Chyntia, E., Wardana, D. P., Rahmalia, L., Ulfira, U., Aisy, N. R., Harif, M., ... & Hutasoit, M. R. (2025). Kemasan menarik, produk meningkat: Edukasi desain kemasan untuk penguatan branding UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 3(4), 698-704
- Dewanti, R.P., et al. (2021). Desain Kemasan Produk UMKM Makanan Ringan sebagai Peningkatan Daya Beli Konsumen Keripik Singkong. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Narotama (UN PENMAS)*, Vol.1, No.2
- Indrawan, S., Azmi, K., & Wirototo, N. (2024). Implementasi desain kemasan produk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan daya saing produk. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(9), 1305-130
- Ishak, R. F., & Somadi, S. (2019). Analisis Efisiensi Industri Kreatif Unggulan Kota Bandung Dengan Pendekatan Data Envelopment Analysis: Analisis Efisiensi Industri Kreatif Unggulan Kota Bandung Dengan Pendekatan Data Envelopment Analysis. *Competitive*, 14(1), 1-13.
- Kusumawati, D. N. I., & Kusumah, W. I. (2022). Analisis desain kemasan produk UMKM makanan tradisional lempeng berbahan alami memiliki daya tarik dan ketahanan mutu produk. *Jurnal Nawala Visual*, 4(1), 41-49.
- Madyoratri, M. H. P., & Sari, I. R. K. (2024). Menuju kemasan produk UMKM yang menarik dan informatif: Pelatihan desain kemasan di Desa Galengdowo. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 30-35.
- Mashadi, M., & Munawar, A. (2021). Pendampingan pengembangan kemasan produk bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(1), 115-120.
- Rahardjo, S. T. (2019). *Desain Grafis Kemasan UMKM*. Deepublish.
- Vinsensia, D., Utami, Y., Jannah, N., & Wulandari, D. I. (2023). Penerapan inovasi desain kemasan sebagai branding produk usaha mikro kecil menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 2306-2311.

