

REDESAIN MEREK KEMASAN *PRIVATE LABEL* UNTUK PRODUK F & B HALAL PADA KOMUNITAS HALAL BANDUNG

Arry Widodo¹, Astadi Pangarso^{2*}, Agus Maolana Hidayat³

^{1,2*,3}Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Telkom
Jl. Telekomunikasi No1 Terusan Buah Batu, Bandung 40257, Indonesia
e-mail: arraywie@telkomuniversity.ac.id¹, astadipangarso@telkomuniversity.ac.id^{2*}, agusmh@telkomuniversity.ac.id³

Received : Juli, 2024

Accepted : Juli, 2024

Published : Juli, 2024

Abstrak

Dalam pasar yang semakin kompetitif, peran Redesign dan Branding Kemasan Private Label menjadi krusial dalam meningkatkan daya tarik dan daya saing produk F&B halal dari UMKM. Redesign kemasan yang tepat dapat memberikan kesan yang segar dan menarik bagi konsumen, sementara branding private label yang kuat dapat membedakan produk halal dari pesaingnya. Kolaborasi antara Komunitas Halal Bandung (KHB) dan Telkom University bertujuan untuk memperkuat aspek ini, memberikan bimbingan dan dukungan kepada anggota KHB dalam memperbarui desain kemasan dan strategi branding. Melalui pendekatan yang terfokus pada Redesign dan Branding Kemasan Private Label, anggota KHB akan menerima manfaat dalam meningkatkan citra produk halal mereka. Dengan desain kemasan yang menarik dan branding yang kuat, produk halal UMKM dapat lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen, membuka peluang untuk penetrasi pasar yang lebih luas. Hal ini tidak hanya berdampak positif pada peningkatan penjualan, tetapi juga pada memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk halal lokal. Selain itu, fokus pada Redesign dan Branding Kemasan Private Label juga mencerminkan komitmen terhadap pengembangan industri halal yang berkualitas tinggi. Dengan meningkatkan standar desain dan branding produk halal, kita dapat memberikan kontribusi nyata dalam membangun citra positif tentang produk halal dari Indonesia, baik di pasar domestik maupun internasional. Inisiatif ini juga sejalan dengan upaya lebih luas untuk mendukung UMKM dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing mereka di tengah persaingan global. Secara keseluruhan, kolaborasi antara KHB dan Telkom University dalam hal Redesign dan Branding Kemasan Private Label menjanjikan dampak yang signifikan bagi industri F&B halal di Bandung.

Kata Kunci : UMKM, F&B, halal, merek

Abstract

In an increasingly competitive market, the role of Private Label Packaging Redesign and Branding is crucial in increasing the attractiveness and competitiveness of halal F&B products from MSMEs. The right packaging redesign can give a fresh and attractive impression to consumers, while strong private label branding can differentiate halal products from their competitors. The collaboration between Halal Community Bandung (KHB) and Telkom University aims to strengthen this aspect, providing guidance and support to KHB members in updating packaging design and branding strategies. Through a focused approach on Private Label Packaging Redesign and Branding, KHB members will receive benefits in enhancing their halal product image. With attractive packaging design and strong branding, MSME halal products can be more easily recognised and remembered by consumers, opening up opportunities for wider market penetration. This not only has a positive impact on increasing sales, but also on strengthening consumer confidence in local halal products. In addition, the focus on Private Label Packaging Redesign and Branding also reflects a commitment to the development of a high quality halal industry. By improving the design and branding standards of halal products, we can make a real contribution in building a positive image of halal products from Indonesia, both in domestic and international markets. This initiative is also in line with broader efforts to support MSMEs in expanding their markets and improving their competitiveness amidst global competition. Overall, the collaboration between KHB and Telkom University on Private Label Packaging Redesign and Branding promises to have a significant impact on the halal F&B industry in Bandung. By strengthening the identity of local halal products through attractive packaging

design and strong branding, we can lift the added value of halal MSME products and encourage inclusive economic growth in the halal community.

Keywords : MSME, F & B, halal, brand

Pendahuluan

Redesign dan branding kemasan private label memegang peran kunci dalam mendukung pertumbuhan dan daya saing produk F&B halal dari UMKM di Komunitas Halal Bandung. Dalam konteks peningkatan produksi produk halal dari UMKM, pentingnya memiliki desain kemasan yang menarik dan branding yang kuat menjadi semakin nyata. Desain kemasan yang direkayasa dengan baik dapat menarik perhatian konsumen, sementara branding yang kuat dapat membedakan produk halal dari pesaingnya di pasar. Dengan demikian, Redesign dan branding kemasan private label bukan hanya sekadar aspek estetika, tetapi juga merupakan strategi yang dapat membantu memperkuat identitas produk halal dan meningkatkan daya tariknya bagi konsumen. Penelitian terdahulu tentang Riani et al. (2023) juga meneliti topik halal bagi UMKM; Soelaiman et al. (2021), Maryani et al. (2022), Utama et al.,(2022), Sulistyawati et al., (2024) meneliti tentang redesain produk UMKM;

Dalam perdagangan internasional, di mana kehalalan produk menjadi perhatian utama, desain kemasan yang menarik dan branding yang kuat dapat menjadi faktor penentu keberhasilan produk halal di pasar global. Dengan memiliki kemasan yang dirancang ulang dengan baik dan branding private label yang kuat, produk halal UMKM dapat lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen internasional, membuka peluang untuk penetrasi pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, Redesign dan branding kemasan private label tidak hanya membantu memperkuat citra produk halal di pasar lokal, tetapi juga mendukung ekspansi produk halal Indonesia ke pasar internasional (Charity, 2017).

Meskipun peluang ini ada, peningkatan jumlah produk untuk redesign dan branding kemasan F&B pada KHB masih diperlukan. Meskipun sebagian besar produk makanan, kosmetika, dan obat-obatan di Indonesia sudah tersertifikasi halal, masih ada banyak yang belum memiliki desain kemasan yang terstandarisasi. Namun, pertumbuhan jumlah perusahaan yang memperoleh sertifikasi halal dan memiliki desain kemasan yang bagus menunjukkan bahwa label halal memiliki nilai tambah dalam pemasaran produk dan mendorong pertumbuhan ekonomi (Warto & Samsuri, 2020).

KHB menawarkan program pendampingan yang komprehensif untuk UMKM dalam memperoleh sertifikasi halal untuk produk mereka. Dalam program ini, KHB memberikan layanan konsultasi dan panduan tentang proses sertifikasi halal, membantu UMKM memenuhi semua persyaratan yang diperlukan. Selain itu, KHB

menyediakan konsultasi bisnis profesional untuk membantu UMKM mengembangkan strategi pemasaran, manajemen keuangan, dan peningkatan daya saing mereka.

Dalam upaya mendukung UMKM dalam mendapatkan sertifikasi halal, pemerintah melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama (Kemenag) telah menginisiasi program layanan fasilitasi sertifikasi halal gratis (SEHATI) (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2022). Program ini bertujuan untuk membantu UMKM agar lebih mudah dan terjangkau dalam memperoleh sertifikasi halal, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk halal Indonesia di pasar global. Kolaborasi antara Komunitas Halal Bandung (KHB) dan Ko+Lab dari Telkom University menjadi langkah strategis dalam mendukung program ini, dengan memberikan bimbingan dan dukungan kepada UMKM dalam memenuhi persyaratan sertifikasi halal. Kolaborasi tersebut sudah dilakukan sebelumnya (Pangarso et al., 2023; Widodo et al., 2024; Yusiana et al., 2022). Diharapkan, kolaborasi ini akan membuka peluang baru bagi UMKM untuk mengembangkan bisnis mereka, serta berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi yang inklusif di Indonesia.

Potensi Pemberdayaan Masyarakat Sasar Bandung Raya, yang terdiri dari Kota Bandung, Kabupaten Bandung, dan Kota Cimahi, memiliki potensi yang besar untuk UMKM dan produk halal. Sebagai pusat kota metropolitan, Bandung Raya menawarkan aksesibilitas yang baik ke sejumlah pasar utama di Indonesia dan Asia Tenggara. Seiring dengan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat akan produk halal, Bandung Raya menjadi pusat utama bagi pelaku UMKM dalam memproduksi produk halal.

Produksi produk F&B Halal di Bandung Raya memiliki potensi pertumbuhan yang sangat besar. Dengan kekayaan budaya kuliner yang khas serta tingginya kesadaran akan kehalalan makanan dan minuman, produk-produk seperti mie kocok, batagor, dan nasi timbel telah menjadi daya tarik utama bagi wisatawan dan konsumen lokal. Komunitas Halal Bandung berperan dalam memperkuat ekosistem ini dengan memberikan pelatihan dan dukungan teknis kepada pelaku UMKM, termasuk dalam hal mendesain kemasan yang menarik dan membangun identitas merek yang kuat.

Selain itu, pemerintah daerah juga telah memberikan dukungan bagi pengembangan produk halal dan UMKM di Bandung Raya, seperti dengan menyelenggarakan berbagai acara dan pelatihan untuk para pelaku bisnis. Peningkatan dukungan ini

diharapkan dapat membantu pelaku UMKM di Bandung Raya untuk meningkatkan produksi produk halal yang berkualitas tinggi dan memenuhi permintaan pasar yang semakin meningkat. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2020, terdapat sekitar 1,45 juta unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Provinsi Jawa Barat, yang mencakup wilayah Bandung Raya. Sehingga potensi pemberdayaan melalui Komunitas Halal Bandung sangatlah tinggi manfaatnya sehingga sangat mendukung poin-poin yang ada di dalam SDGs.

Solusi pada Implementasi Program "Redesign dan Branding Kemasan Private Label untuk Produk F&B Halal pada Komunitas Halal Bandung" dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Identifikasi Kebutuhan dan Preferensi Konsumen

Mengidentifikasi menyeluruh terhadap kebutuhan dan preferensi konsumen dalam Komunitas Halal Bandung terkait dengan desain kemasan private label untuk produk F&B halal. Ini melibatkan survei, wawancara, dan analisis pasar untuk memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dalam hal desain, informasi produk, dan nilai tambah dari kemasan private label.

2. Pengembangan Desain Kemasan Private Label

Melakukan pengembangan bersama tim dalam mendesain kemasan private label yang menarik dan sesuai dengan identitas komunitas halal Bandung. Desain yang dibuat akan mencerminkan nilai-nilai kehalalan, kualitas produk, dan keunikan dari produk F&B halal yang ditawarkan oleh UMKM dalam komunitas.

3. Produksi Kemasan Private Label

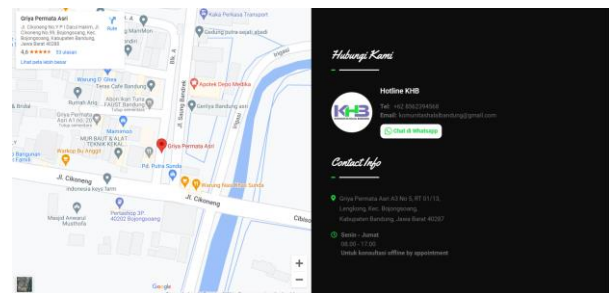
Setelah desain final disetujui, akan dilanjutkan dengan produksi kemasan private label yang berkualitas tinggi dan konsisten. Penggunaan bahan yang ramah lingkungan dan proses produksi yang memenuhi standar kehalalan akan dipastikan untuk menjaga integritas produk F&B halal.

4. Sosialisasi dan Pelatihan Pemasaran

Melakukan kegiatan sosialisasi kepada anggota komunitas halal Bandung tentang pentingnya Redesign dan Branding Kemasan Private Label untuk meningkatkan daya saing produk F&B halal. Selain itu, memberikan pelatihan pemasaran dasar kepada UMKM dalam komunitas untuk memahami cara memasarkan produk dengan kemasan private label secara efektif kepada konsumen.

Dengan mengikuti langkah-langkah ini secara sistematis, implementasi program Redesign dan Branding Kemasan Private Label untuk Produk F&B Halal pada Komunitas Halal Bandung akan dapat memberikan manfaat yang signifikan, seperti peningkatan daya tarik produk, peningkatan penjualan, dan memperkuat identitas komunitas halal Bandung dalam pasar yang semakin

kompetitif. Untuk aktivitas kegiatan dapat dilihat pada gambar 1 dan 2.



Gambar 1: Peta Lokasi KHB, Lengkong, Kabupaten Bandung



Gambar 2: Aktivitas KHB, Lengkong Kabupaten Bandung

Metode

Metode pelaksanaan dan tahapan pengabdian kepada masyarakat pada kegiatan "Redesign dan Branding Kemasan Private Label untuk Produk F&B Halal pada Komunitas Halal Bandung" dapat diuraikan pada tabel 1.

Tabel 1. Metode pelaksanaan dan tahapan pengabdian kepada masyarakat

No	Tahapan Pengabdian	Metode Pelaksanaan
1	Pengumpulan data untuk kebutuhan untuk membangun private label	Analisa kondisi dan permasalahan mitra
2	Pembangunan dan pembuatan desain kemasan dan branding private label	Pendampingan dan Implementasi
3	Pemberian sosialisasi dan pelatihan tentang private label dan digital marketing.	Pendampingan kepada tim Komunitas Halal Bandung

Berikut ini adalah partisipasi mitra dalam tiga kegiatan utama yang dijelaskan pada tabel 2.

Tabel 2. Partisipasi mitra

No	Kegiatan	Partisipasi Mitra
1	Pengumpulan data untuk kebutuhan untuk membangun private label	Membantu tim perancang dalam merancang pengumpulan data dan kebutuhan awal
2	Pembangunan dan pembuatan desain kemasan dan branding private label	Membantu tim perancang dalam memvalidasi brand dan desain private label
3	Pemberian sosialisasi dan pelatihan tentang private label dan digital marketing.	Sebagai peserta kegiatan

Mengacu pada RPJMN 2020-2021, target rasio kewirausahaan di Indonesia diproyeksikan mencapai 3.55% pada tahun 2021 dan meningkat menjadi 3.95% pada tahun 2024. Ini berarti kita perlu menciptakan sekitar 1.5 juta wirausahawan baru hingga tahun 2024. Oleh karena itu, diperlukan platform yang mendukung UMKM dari tahap edukasi hingga operasional. Potensi keberlanjutan PKM ini sangat tinggi, terutama untuk memperoleh hibah eksternal dari Kementerian maupun BUMN/Swasta, karena sejalan dengan program pemerintah. Pengabdian masyarakat ini berkaitan dengan kajian sistem TIK e-Business pada tahun 2022, dengan fokus pada pengembangan kualitas bisnis dan kewirausahaan berbasis digital guna meningkatkan skala operasi dan efisiensi

Simpulan dan Saran

Luaran kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat adalah pada tabel 3 dan gambar 4.

Tabel 3. Umpan Balik Hasil Pengabdian Masyarakat

No	Pertanyaan	STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)
1	Materi kegiatan sesuai dengan kebutuhan mitra/peserta	0	0	0	2	8
2	Waktu pelaksanaan kegiatan ini relatif sesuai dan cukup	0	0	0	0	10
3	Materi/kegiatan yang disajikan jelas dan mudah dipahami	0	0	0	7	3
4	Panitia memberikan pelayanan yang baik selama kegiatan	0	0	0	0	10

pengelolaan keuangan, seperti terlihat pada gambar 3.



Gambar 3: Roadmap PkM KK BIS

Hasil dan Pembahasan

Hari, tanggal : Kamis, 27 Juni 2024
 Waktu : 09.00 – 11.00
 Tempat : Coworking Ko+Lab Universitas Telkom

Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada Coworking Ko+Lab Universitas Telkom pada hari kamis, 27 Juni 2024. Kegiatan ini dihadiri oleh ketua dan anggota komunitas halal Bandung.

Program pengabdian masyarakat oleh Telkom University ini bertujuan untuk membantu Komunitas Halal Bandung dalam meningkatkan daya saing produk makanan dan minuman (F&B) halal melalui redesign dan branding kemasan. Dengan kemasan yang lebih menarik dan sesuai standar halal, produk diharapkan dapat lebih mudah diterima oleh pasar.

5	Masyarakat menerima dan berharap kegiatan-kegiatan seperti ini dilanjutkan di masa yang akan datang	0	0	0	0	10
---	---	---	---	---	---	----

SS = Sangat Setuju; S = Setuju; N = Netral; TS = Tidak Setuju; STS = Sangat Tidak Setuju



Gambar 4: Umpan Balik Hasil Pengabdian Masyarakat

Program pengabdian masyarakat oleh Telkom University ini bertujuan untuk membantu Komunitas Halal Bandung dalam meningkatkan daya saing produk makanan dan minuman (F&B) halal melalui redesign dan branding kemasan. Dengan kemasan yang lebih menarik dan sesuai standar halal, produk diharapkan dapat lebih mudah diterima oleh pasar.

Program ini membantu Komunitas Halal Bandung dalam meningkatkan kualitas kemasan dan branding produk F&B halal. Kerjasama dengan Telkom University membuktikan bahwa dengan dukungan dan edukasi yang tepat, pelaku usaha dapat lebih kompetitif di pasar yang semakin ketat. Program ini juga membuka peluang untuk kolaborasi lebih lanjut dalam bidang lain yang mendukung perkembangan industri halal di Indonesia.

Daftar Rujukan

Charity, M. L. (2017). JAMINAN PRODUK HALAL DI INDONESIA. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 14(1), 99-108.

Kementerian Agama Republik Indonesia. (2022). kemenag. Retrieved from <https://kemenag.go.id/nasional/ini-syarat-daftar-sertifikasi-halal-gratis-kategori-quotself-declarequot-4b6skv>

Maryani, A., Dewi, R. S., Widyaningrum, R., Rahman, A., Sudiarno, A., Dewi, D. S., ... & Khairunnisa, Z. (2022). Redesain Kemasan Bumbu Rujak Manis menjadi Sambelo Dressing untuk Segmen Pasar Gen Milenial dan Gen Z. *Sewagati*, 6(2), 192-200.

Pangarso, A., Hasanah, Y. N., Widodo, A. ., Widaningsih, S. ., Handayani, R. ., & Mega Mandasari, R. I. . (2023). Pemanfaatan Platform Digital Delivery Dkampus Pada Komunitas UMKM F&B Footy Bandung. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(3), 1031–1042. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i3.2851>

Riani, A. L., Sawitri, H. S. R., Istiqomah, S., Suprpti, A. R., & Aini, I. N. Q. (2023). Sosialisasi Produk dan Sertifikasi Halal Serta Pelatihan Inovasi

Produk Bagi UMKM. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(5), 134.

Soelaiman, L., Gani, A. C., & Sukendro, G. G. (2021). Mengembangkan Usaha Makanan Ringan Tradisional Kembang Goyang Melalui Redesain Kemasan. *PROSIDING SERINA*, 1(1), 1603-1608.

Sulistiyawati, R., & Desta, W. (2024). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA MELALUI PELATIHAN PACKAGING DAN LEGALITAS USAHA DALAM Mendukung Daya Saing UMKM WANAREJAN SELATAN DI ERA DIGITALISASI. *Gotong-royong: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1-9.

Utama, A., Mustikasari, A., Cahyaningrum, A. O., & Sony, A. (2022). Strategi Pemasaran Melalui Re-Design Kemasan sebagai Upaya Pengembangan Usaha dan Daya Saing UKM Bakpia Istu Pasca COVID-19. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 3, pp. SNPPM2022EK-136).

Widodo, A. ., Susanty, A. I., Pangarso, A., Yusiana, R. ., & Aziz, F. . (2024). BRANDING DAN DESAIN ULANG KEMASAN PRODUK UMKM PADA KOMUNITAS UMKM DESA LENGKONG. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 2815–2820. <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i2.23450>

Warto, & Samsuri. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal : Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98-112

Yusiana, R. ., Widodo, A. ., Pangarso, A. ., Hendriyanto, R. ., Indah Mega Mandasari, R. ., Aziz, F. ., Saragih, R. ., Aulia, P. ., & Novandriani Karina Moeliono, N. . (2022). Penerapan Pojok UMKM Sebagai Sarana Penguatan & Pemasaran Produk Pada Komunitas Food Community Bandung . *AMMA : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(11), 1302–1309. Retrieved from <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/amma/article/view/1355>