

**PELATIHAN PEMBUATAN DESAIN KEMASAN DALAM  
MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN PADA  
BUMDES BPS DESA PACCELLEKANG,  
KECAMATAN PATTALLASSANG,  
KABUPATEN GOWA**

**Januar Kulsaputro<sup>1)</sup>, Hardianty Askar<sup>2)</sup>, Arwita Irawati<sup>3)</sup>, Widi Astutik<sup>4)</sup>,  
Mujaddid<sup>5)</sup>, Muh. Arfah Mustari<sup>6)</sup>, Nur Windi Asnim<sup>7)</sup>, Muh. Takdir Imran<sup>8)</sup>**

<sup>1,4,5)</sup>Prodi Teknik Industri Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia,  
<sup>2,3,6)</sup>Prodi Teknologi Hasil Perikanan Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia,  
<sup>7,8)</sup>Mahasiswa Prodi Teknik Industri Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia.  
*hardianty@nobel.ac.id.*

**Abstract**

Participating in community service projects aims to increase members of Bumdes' understanding of the value of the product packaging process and to support the packaging of processed food goods, which can raise their purchasing power. On February 17, 2024, PKM activities aimed at enhancing the well-being of the Bumdes Bps community in Paccellekang Village, Pattallassang District, Gowa Regency, would take place. The service approach is a multi-stage training program that includes counseling and hands-on instruction in helping to create unique and captivating packaging designs. Monitoring and assessing training participants' comprehension of the idea of creating packaging designs and their awareness of potential roadblocks is also important. Bumdes Bps Paccellekang Village benefits from the outcomes of the PKM activities that have been conducted. The abilities and understanding of the types, purposes, and procedures involved in creating packaging increased among the training participants. This is demonstrated by the analysis of preliminary and final questionnaire data from twenty training attendees, which shows an improvement in understanding of the steps involved in packaging manufacturing to enhance marketing strategies and a rise in knowledge of requirements in the packaging manufacturing process.

*Keywords: Design, Packaging, Training.*

**Abstrak**

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat memiliki tujuan untuk memperluas wawasan pengetahuan dan meningkatkan keterampilan kepada anggota Bumdes tentang pentingnya proses pengemasan produk dan untuk mendampingi proses pengemasan produk olahan pangan yang dapat meningkatkan daya beli produk. Kegiatan PKM dilaksanakan pada tanggal 17 Februari 2024 yang difokuskan pada peningkatan kesejahteraan masyarakat Bumdes Bps Desa Paccellekang, Kecamatan Pattallassang, Kabupaten Gowa. Metode pengabdian yang digunakan yaitu dengan memberikan pelatihan dengan beberapa tahapan yaitu penyuluhan dan demonstrasi langsung dengan memandu proses pembuatan desain kemasan yang kreatif dan menarik. Selain itu, melakukan monitoring dan evaluasi terhadap pemahaman peserta pelatihan mengenai konsep pembuatan desain kemasan dan mengetahui kendala yang terjadi. Hasil dari kegiatan PKM yang telah dilaksanakan yaitu memberikan dampak positive terhadap Bumdes Bps Desa Paccellekang. Pada peserta pelatihan terjadi peningkatan keterampilan dan pengetahuan terhadap jenis, fungsi, dan langkah-langkah dalam pembuatan kemasan. Hal ini dibuktikan dengan adanya hasil olah data kuesioner awal dan akhir dari 20 peserta pelatihan yang menandakan adanya peningkatan pengetahuan terhadap persyaratan dalam proses pembuatan kemasan, serta mampu memahami langkah-langkah pembuatan kemasan untuk meningkatkan strategi pemasaran.

*Keywords: Desain, Kemasan, Pelatihan.*

## PENDAHULUAN

Desa Pacellekang, Kecamatan Patallasang, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan terdiri 4 Dusun yaitu Dusun Pattiro, Pa'bundukang, Tambung Batu, dan Moncong Loe. Jumlah penduduk Desa Pacellekang tahun 2021 sebesar 3.609 jiwa terdiri dari laki 1.746 jiwa dan perempuan 1.863 jiwa. Solusi untuk memanfaatkan potensi demografi (penduduk) di desa ini dengan mendirikan unit usaha Bumdes Bumi Pacellekang Sejahtera (Bumdes BPS). Berbagai Olahan Produk di Bumdes BPS Desa Pacellekang yang dipasarkan tetapi belum efektif dalam strategi pemasarannya khususnya dari segi kemasan.

Masih banyak pelaku usaha belum menyadari bahwa salah satu upaya untuk meningkatkan daya jual produk yang lebih tinggi melalui pengaplikasian kemasan yang menarik untuk meningkatkan minat beli konsumen terhadap suatu produk, dengan adanya kemasan produk yang menarik menjadikan produk tersebut memiliki daya tarik yang kuat di pasar, melalui kemasan ada ciri khas suatu produk dan berpotensi untuk dikenal oleh masyarakat luas serta memungkinkan produk untuk naik kelas (Sulistiyowati & Putro, 2021). Desain produk kemasan harus praktis, penyajian cepat, berkualitas, mudah digunakan, menarik, terjangkau dan efektif (Yasmi, 2023). Tingkat pengetahuan tentang teknik dan langkah-langkah dalam mengemas produk menjadi bekal keterampilan produk-produk *home industry* yang dapat membuka peluang dalam meningkatkan ekonomi rumah tangga,

sehingga pelaku usaha dapat membuat berbagai bentuk kemasan secara unik dan kreatif (Aryani et al., 2020).

Kemasan berasal dari kata kemas yang berarti teratur (terbungkus) rapi, bersih, rapi, beres, selesai (Wahmuda & Hidayat, 2020). Menurut Nillson & Ostrom (Kurniawan et al., 2020) mengemukakan bahwa terdapat tiga unsur dari suatu kemasan yaitu : desain grafis, struktur desain, dan informasi produk. Penggunaan brand pada suatu produk atau kemasan produk dapat meningkatkan kualitas produk itu sendiri, trend pemakaian atau konsumennya. Menurut Harminingtyas (Agustina et al., 2021) menguraikan bahwa kemasan adalah salah satu cara untuk meningkatkan penjualan suatu produk serta menjadi daya tarik konsumen untuk membeli suatu produk. Hal ini menjadi strategi dalam pemasaran karena itu kemasan harus sesuai dengan fungsi dan kebutuhan produsen. Dalam upaya untuk memperluas jangkauan pasar terhadap produk, desain kemasan menjadi bagian hal terpenting dalam mempromosikan suatu produk. Memperhatikan aspek-aspek desain kemasan seperti warna, bentuk, ukuran, tipografi, dan informasi produk agar dapat meningkatkan daya saing dan daya jual produk mereka di pasaran.

Industri ritel modern menerapkan desain kemasan produk yang menarik sebagai strategi pemasaran untuk menjangkau pasar yang luas dan untuk meningkatkan daya saing produk (Dewi et al., 2020).

Masih banyak pelaku usaha di Bumdes BPS Desa Pacellekang, Kecamatan Patallasang, Kabupaten Gowa belum mengetahui pentingnya kemasan yang dapat melindungi

produk dan mampu menarik minat konsumen dalam memasarkan produk. Berbagai produk hasil olahan salah satunya adalah Pengemasan produk rengginang ubi masih menggunakan plastik bening biasa yang transparan dan tanpa disertai logo kemudian berbagai produk singkong yang dalam pengemasan belum menarik sehingga nilai jual produk masih tergolong rendah. Oleh karena itu perlu untuk memberikan sosialisasi dan pelatihan desain kemasan produk hasil olahan untuk meningkatkan strategi pemasaran pada Bumdes BPS Desa Paccellekang.

## **METODE**

Pengabdian ini dilaksanakan untuk meningkatkan nilai jual dari produk dan strategi pemasaran Desa Paccellekang, Kecamatan Pattallassang, Kabupaten Gowa. Untuk mendukung tujuan tersebut pengabdian akan dimulai dengan sosialisasi dan pelatihan bagi masyarakat pesisir di Desa Paccellekang, Kecamatan Pattallassang, Kabupaten Gowa yang dilaksanakan selama 1 hari. Pada tanggal 17 Februari 2024 yang difokuskan pada peningkatan kesejahteraan. Tahapan kegiatan yaitu melakukan pelatihan pembuatan desain kemasan guna untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait proses-proses dalam mengemas mengemas hasil produk olahan dalam peningkatan nilai jual produk.

Metode yang akan digunakan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah metode pemberdayaan masyarakat dengan yang mengupayakan partisipasi masyarakat untuk belajar dan beraktivitas secara berkelanjutan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup mereka (Farisni et al., 2019). Sosialisasi dan pelatihan pada kegiatan pengabdian

masyarakat ini dilaksanakan dengan beberapa rangkaian kegiatan, yaitu: a) Kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui pemberian penyuluhan dan demonstrasi secara langsung berupa tata cara tata cara pembuatan desain kemasan yang kreatif dan menarik; b) Melakukan monitoring dan evaluasi terhadap pemahaman peserta pelatihan terkait materi dan praktik pembuatan desain kemasan dan mengetahui kendala yang terjadi..

Teknik pengumpulan data pada kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner (Askar, 2023). Kuesioner yang dibagikan terdapat dua tahap yaitu sebelum pelatihan dan setelah pelatihan dengan tujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta setelah adanya pelatihan pembuatan desain kemasan untuk meningkatkan strategi pemasaran. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan deskriptif kuantitatif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan selama sehari di Bumdes Bumi Paccallekang Sejahtera. Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan kontribusi nyata dan manfaat kepada masyarakat dalam hal peningkatan kualitas hidup, pemecahan masalah, dan pemberdayaan masyarakat. Kegiatan ini bertujuan untuk mengenalkan kepada anggota Bumdes berbagai jenis kemasan yang ada untuk hasil olahan pangan, membantu memahami pentingnya memperhatikan kemasan dengan baik, dan pembuatan stiker produk yang menarik. Selain itu, memperluas ilmu pengetahuan dan meningkatkan kemampuan masyarakat dalam meningkatkan produk olahan pangan agar lebih bernilai ekonomis.

Tim pelaksana memberikan pelatihan tentang pembuatan desain kemasan dalam meningkatkan strategi pemasaran pada Bumdes Bps Desa Paccellekang. Tim pengabdian masyarakat ini memberikan materi pelatihan meliputi teori, praktik, dan tanya jawab tentang fungsi kemasan, tujuan, jenis, tips pengemasan yang baik dan cara membuat stiker kemasan yang menarik agar peserta pelatihan mampu memahami dengan baik upaya yang dapat dilakukan dalam mengelola sumber daya secara mandiri. Selain itu, kegiatan pelatihan ini juga melibatkan demonstrasi langsung di lokasi pengabdian yang disambut baik oleh peserta pelatihan pada Gambar 1.



**Gambar 1: Pelatihan Pembuatan Desain Kemasan**

Saat ini bumdes sudah mengemas produk pangan mereka tanpa memperhatikan tingkat kesesuaian jenis kemasan yang digunakan. Dan masih ada beberapa produk yang sudah dikemas tanpa diberikannya label. Padahal label memiliki fungsi penting untuk sebuah produk yakni dapat dijadikan sebagai strategi dalam pemasaran. Kegunaan dari kemasan sebagai “silent salesman” karena dapat memberikan pengaruh terhadap pengambilan keputusan terhadap konsumen untuk melakukan pembelian

produk melalui desain kemasan (Pricilla et al., 2020).



**Gambar 2: Label Kemasan**

Indikator keberhasilan terlaksananya suatu program pengabdian kepada masyarakat adalah terbangun dan terbentuknya sinergitas dan kerja sama antara peserta pelatihan, tim pengabdian dengan aparat pemerintahan (Setyaningrum et al., 2020). Dengan memberikan sosialisasi kepada peserta mengenai konsep dan manfaat pelatihan desain kemasan peserta dapat memahami bahwa pemberian label pada kemasan menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan nilai jual produk yang diproduksi oleh Bumdes Bps Desa Paccellekang.

Melalui pelatihan dan demonstrasi pembuatan desain kemasan diharapkan

peserta pelatihan dapat mengimplementasikan ke dalam produk olahan pangan yang dihasilkan untuk meningkatkan nilai jual produk olahan pangan, meningkatkan pendapatan, dan mencapai kemandirian pangan. Program ini juga dapat memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan yang berkelanjutan bagi masyarakat setempat (Ma'ruf, 2016).

Setelah melakukan proses produksi peserta pelatihan telah mampu mengemas produk olahan penyedap rasa

alami dari cangkang molting lobster air tawar berdasarkan Gambar berikut.



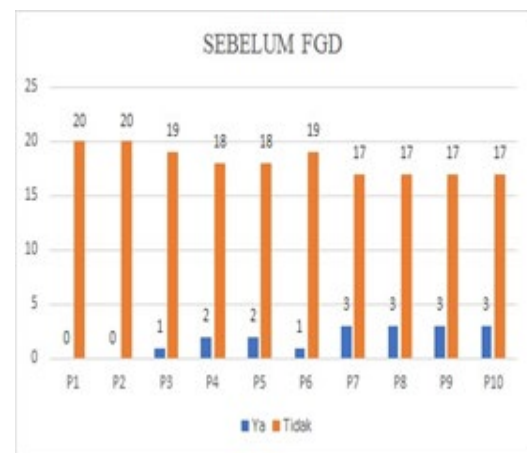
**Gambar 3: Pengemasan Produk Olahan Penyedap Rasa**

Bentuk kemasan menjadi pendukung utama yang membantu terciptanya seluruh daya tarik visual. (Yulistina & Prasetyo, 2022). Berdasarkan pengalaman berbelanja di toko swalayan desain kemasan memiliki manfaat dalam meningkatkan nilai tambah produk melalui pemanfaatan desain kemasan yang menarik dan unik (Anasrulloh & Basiron, 2017).

Setelah dilakukan pelatihan terkait pembuatan desain kemasan, terjadi peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta pelatihan tentang budidaya sistem bioflok. Selain itu mereka juga mulai terampil dalam membedakan jenis-jenis kemasan yang cocok dan baik untuk digunakan sesuai dengan jenis produk yang diproduksinya.

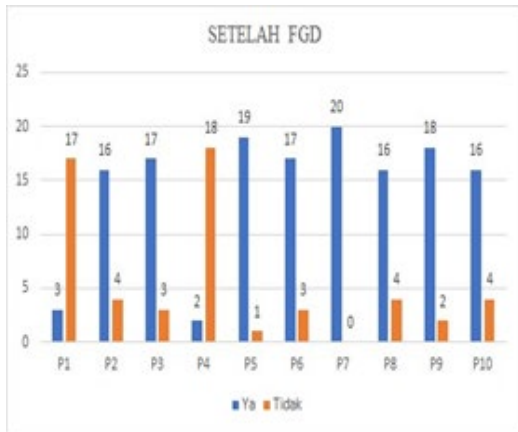
Kegiatan pelaksanaan kegiatan diukur dengan membagikan kuesioner kepada peserta sebelum dan setelah dilaksanakan kegiatan. Permasalahan

yang dihadapi oleh Bumdes yaitu produk-produk yang dihasilkan oleh Bumdes belum bisa bersaing pada pangsa pasar. Seperti hasil olahan singkong hanya dikemas tanpa menambahkan label, produk regginang sudah memiliki label namun tidak memperhatikan kualitas kemasan yang digunakan. Berdasarkan hasil evaluasi terhadap kegiatan, maka pengukuran pencapaian target dapat dilihat pada Gambar berikut.



**Gambar 4 Tingkat Pengetahuan Masyarakat Sebelum Pelatihan**

Berdasarkan hasil sebaran kuesioner sebelum dilaksanakan pelatihan yaitu pada Gambar 4 diperoleh P1 dan P2 dengan presentasi terbesar di mana terdapat sejumlah besar responden belum memiliki usaha dibidang produk olahan pangan dan mereka belum pernah mengikuti pelatihan pembuatan desain kemasan sehingga mereka masih minim pengetahuan dalam pembuatan kemasan untuk meningkatkan strategi pemasaran.



Gambar 5 Tingkat Pengetahuan Masyarakat Setelah Pelatihan

Setelah mengikuti pelatihan, terlihat pada Gambar 5 Diperoleh persentase terbesar pada P7 dan P5 dengan sejumlah responden mampu mengetahui persyaratan dalam proses pembuatan kemasan, serta mampu menjelaskan Langkah-langkah pembuatan kemasan untuk meningkatkan strategi pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian Nindiani & Safitri (2022) menyatakan bahwa baik online maupun offline, kemasan yang dibuat harus efektif agar terlihat lebih baik dan menarik perhatian dibandingkan kemasan produk lainnya.

Hasil studi pendahuluan dan analisis dari identifikasi kebutuhan pada Bumdes Desa Paccellekang, Kecamatan Pattallassang Kabupaten GOWA berdasarkan kuesioner yang dibagikan, didapati berbagai permasalahan dan solusi yang dapat diberikan pada peserta pelatihan, dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 1. Identifikasi Masalah

Permasalahan	Solusi
Belum pernah mengikuti pelatihan pembuatan desain kemasan	1. Memanfaatkan sumber daya online seperti tutorial video, artikel dan kursus daring yang tersedia secara gratis atau berbayar. 2. Bumdes

	membuat pelatihan pembuatan desain kemasan 3. Bergabung dengan komunitas desain untuk berbagi pengalaman
Masih kurangnya pengetahuan mengenai pengelompokan jenis kemasan, alat dan bahan serta proses pembuatan kemasan berdasarkan jenis olahan produk yang dihasilkan	1. Bumdes membuat pelatihan pembuatan desain kemasan 2. Mengikuti workshop yang membahas strategi desain kemasan termasuk pengelompokan jenis kemasan untuk produk spesifik
Belum mengetahui cara mengemas produk olahan dengan benar	1. Bumdes membuat pelatihan cara mengemas produk olahan dengan benar

Sumber Data: Diolah 2024

Terkait dengan hasil evaluasi diatas, dalam meningkatkan strategi pemasaran pada Bumdes Paccallekang perlu memanfaatkan sumber daya online seperti tutorial video, artikel dan kursus daring yang tersedia secara gratis atau berbayar. Menurut Putri et al., (2023) Salah satu upaya peningkatan strategi pemasaran yaitu penggunaan kemasan selain berfungsi sebagai media periklanan dalam pemasaran produk, juga mempunyai beberapa fungsi dan tujuan untuk meningkatkan nilai tambah produk dan nilai jualnya. Kegunaan lainnya yaitu untuk menarik perhatian konsumen dan membeli produk tersebut.

## SIMPULAN

Setelah melakukan kegiatan PKM dengan tema Pembuatan Desain Kemasan Dalam Meningkatkan Strategi Pemasaran Pada Bumdes BPS Desa Paccellekang, Kecamatan Pattallassang,

Kabupaten Gowa, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Proses pelatihan kepada anggota Bumdes diberikan dalam bentuk pemaparan materi terkait ilmu tentang pengemasan produk, pemahaman tentang pentingnya memilih kemasan dan disesuaikan dengan produk yang akan dijual sehingga daya tarik terhadap produk yang dijual meningkat. Produk yang telah dibuat oleh anggota Bumdes dilakukan proses pengemasan dalam bentuk toples untuk produk hasil olahan molting lobster air tawar dan pengemasan saset dengan beberapa contoh mulai dari menggunakan vakum, dan proses dijepit langsung.

2. Pendampingan proses kemasan untuk meningkatkan daya jual dan persaingan dipasar, mendapat respon yang baik dari peserta pelatihan dilihat dari hasil respon FGD dengan pihak peserta setelah melakukan pelatihan. Sehingga berdasarkan data tersebut dapat melihat nilai dan kebermanfaatannya dari kegiatan yang telah dilaksanakan serta dianggap relevan dengan kebutuhan atau harapan responden dalam hal ini para anggota Bumdes BPS Desa Paccellekang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., Dwanoko, Y. S., & Suprianto, D. (2021). Pelatihan Desain Logo Dan Kemasan Produk UMKM di Wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks SOLIDITAS*, 4(1), 69–76.
- Anasrulloh, M., & Basiron, B. (2017). Pelatihan pembuatan kemasan (packaging) untuk meningkatkan pemasaran produk olahan Kue Kacang Emping Melinjo. *J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(1), 15–19.
- Aryani, D. I., Nurviana, N., & Heryadi, H. (2020). Pelatihan Pembuatan kemasan sabun bunga matahari di Desa Bojonghaleuang sebagai program community empowerment. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 25(2), 76–85.
- Askar, H. (2023). Social Study of Tourism Perceptions in Idaman Mangrove Ecotourism of Balang Baru Village, Tarowang District, Jeneponto Regency. *Torani Journal of Fisheries and Marine Science*, 6(2), 169–182.
- Dewi, M., Hubeis, M., & Riani, E. (2020). Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing di Pasar Ritel Modern Carrefour (Kasus PT MadaniFood, Jakarta). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 15(1), 77–83.
- Farisni, T. N., Hasanah, U., & Arphi, N. (2019). IbW Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Budidaya Ikan Lele Sistem Bioflok di Desa Blangkuala, Meukek, Aceh Selatan. *LOGISTA-Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 21–30.
- Kurniawan, D. T., Anugrahani, I. S., Prasasti, A., & Fitri, R. (2020). Pelatihan dan pendampingan UMKM di desa gajahrejo dalam pembuatan desain kemasan inovatif oleh-oleh khas malang untuk meningkatkan daya saing produk. *VIVABIO: Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 3(1), 22–29.
- Ma'ruf, I. (2016). Budidaya lele sistem

- bioflok solusi ketahanan pangan masyarakat perkotaan. *Jurnal Societa*, 2, 82–86.
- Nindiani, A., & Safitri, F. (2022). PERENCANAAN DESAIN KEMASAN KERIPIK UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK PADA USAHA MIKRO KECIL DI DESA MULYASEJATI. *PROSIDING KONFERENSI NASIONAL PENELITIAN DAN PENGABDIAN UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG*, 2(1), 1430–1438.
- Pricilla, L., Octaviani, I. S., Karolina, K., Faisal, F., & Purnama, A. (2020). Pelatihan Peningkatan Kualitas Kemasan Produk Kue Tradisional pada Usaha Kecil dan Menengah Masyarakat Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang-Banten. *Dedikasi PKM*, 1(3), 120–125.
- Putri, A. D., Permatasari, B., & Suwarni, E. (2023). Strategi Desain Kemasan Sebagai Upaya Peningkatan Daya Jual Produk Umkm Kelurahan Labuhan Dalam Bandarlampung. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 4(1), 119–123.
- Setyaningrum, N., Sugiharto, S., & Sukmaningrum, S. (2020). Peningkatan produksi ikan lele dumbo dengan pemberian suplemen vitamin C. *Dinamika Journal: Pengabdian Masyarakat*, 2(1).
- Sulistiyowati, L. N., & Putro, P. U. W. (2021). Pelatihan Pembuatan Kemasan Kain Batik Tulis Murni Ngangkrik di Desa Sidomulyo Kecamatan Sawahan Kabupaten Madiun. *Adi Widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 89–94.
- Wahmuda, F., & Hidayat, M. J. (2020). Redesain Logo Dan Media Promosi Sebagai Citra Produk Makanan Ringan Ukm Benok. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 6(02), 147–159.
- Yasmi, M. R. (2023). Pengembangan Desain Produk Kemasan Kopi di Sapuangin Kopi Basecamp Merapi dengan menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD) dan Kano. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(1), 125–137.
- Yulistina, D. S., & Prasetyo, A. (2022). PENDAMPINGAN & PEMBUATAN LOGO KEMASAN “OPAK KETAN DAN RENGGINANG” SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING PEMASARAN INDUSTRI UMKM DI DESA KEDAWUNG. *PROSIDING KONFERENSI NASIONAL PENELITIAN DAN PENGABDIAN UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG*, 2(1), 2398–2405.