




## Pelatihan desain kemasan untuk meningkatkan nilai jual produk kerupuk buah naga di Desa Batuah

Royke Vincentius Febriyana , Dwi Cahyadi, Ratna Wulaningrum, Rahmat  
Politeknik Negeri Samarinda, Samarinda, Indonesia

 [rvincentius@gmail.com](mailto:rvincentius@gmail.com)

 <https://doi.org/10.31603/ce.6163>

### Abstrak

Melimpahnya hasil perkebunan buah naga membuat Desa Batuah perlu mengolah buah naga segar menjadi produk turunan yang lebih awet untuk menghindari kerugian akibatnya busuknya buah, seperti kerupuk buah naga. Saat ini, kerupuk buah naga asal desa Batuah telah mendapatkan bantuan usaha pemasaran dari beberapa pihak seperti jaringan Hotel Mercure-Ibis Samarinda. Ketika suatu produk dipasarkan, sangat penting bagi suatu produk untuk diberi kemasan yang menarik. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, tim untuk melaksanakan pelatihan desain kemasan buah Naga di Desa Batuah. Metode pelatihan adalah dengan membuat pola kemasan dari contoh pola yang telah ada, namun dengan ukuran yang disesuaikan dengan produk yang ada di Desa Batuah. Kemudian peserta diberikan juga pengetahuan dasar dalam membuat desain grafis dasar menggunakan perangkat lunak desain. Hasilnya peserta berhasil membuat kemasan yang desain dan ukurannya telah disesuaikan untuk produk masing-masing.

**Kata Kunci:** Kerupuk; Buah naga; Desain; Kemasan

## *Packaging design training to increase the selling of dragon fruit crackers products in Batuah Village*

### Abstract

*The abundantly harvested dragon fruit has encouraged the people at Batuah Village to make secondary product, in order to avoiding loss because the fruit is rotten, such as the dragon fruit crackers. Nowadays, the product has already marketed in the Mercure-Ibis Samarinda hotel chain. For the purpose it is considered important for the products to have good packaging. Therefore, the community service team do the coaching on how to make basic packaging design. The coaching trainee is taught on how to make packaging design from existed packaging pattern and then adjust it to the size of their products. The trainee was also taught on how to make simple design with design software. The results are that the trainee can make packaging design which the design and size are already adjusted with their product's needs.*

**Keywords:** *Crackers; Dragon fruit; Design; Packaging*

## 1. Pendahuluan

Desa Batuah terletak di sisi Selatan Kabupaten Kutai Kartanegara, Provinsi Kalimantan Timur, tepatnya di wilayah kecamatan Loa Janan. Desa ini dilintasi jalan poros yang menghubungkan Kota Samarinda dan Kota Balikpapan, sepanjang kurang lebih 16 km. Desa Batuah merupakan desa dengan jumlah penduduk yang cukup banyak,

mencapai 12 ribu jiwa, yang tersebar pada 49 RT di 10 dusun, yang berada di wilayah seluas 84,7 km persegi. Saat ini desa Batuah terus mengembangkan potensi di bidang perkebunan diantaranya untuk tanaman Lai, Kelapa Kopyor, Gharu dan Buah Naga. Selain fokus pada pengembangan usaha yang menghasilkan komoditas perkebunan, Desa Batuah juga mulai mengembangkan sektor pariwisata utamanya bidang Agrowisata.

Khusus untuk Buah Naga, luas perkebunan buah Naga di Desa Batuah mencapai 30 hektar, dengan hasil produksi yang cukup melimpah, karena pada satu pohon dapat menghasilkan 6 hingga 10 buah naga. Buah Naga asal Kalimantan Timur ternyata diminati pasar di Pulau Jawa, utamanya Surabaya dan Jakarta. Sebagai 2 kota terbesar di Pulau Jawa, permintaan akan buah naga cukup besar. Buah naga sangat sesuai untuk di kembangkan di wilayah Kalimantan Timur karena dapat berbuah setiap waktu. Buah naga merupakan buah yang memiliki banyak khasiat. Buah Naga utamanya yang memiliki daging buah berwarna kemerahan memiliki manfaat untuk menguatkan tulang, membantu menguatkan fungsi ginjal, meningkatkan kecerdasan, memiliki nutrisi yang bermanfaat bagi kesehatan mata, mengurai kolesterol dalam darah, mencegah keputihan kanker usus dan dapat juga digunakan sebagai bahan untuk perawatan kecantikan. Selain dikirim ke pulau Jawa, buah naga asal desa Batuah umumnya dipasarkan di tepi jalan poros Samarinda-Balikpapan, sehingga kendaraan yang melintas dapat langsung membeli buah Naga segar ketika melintasi jalan poros tersebut.

Saat panen raya harga buah naga sering sekali jatuh mencapai titik terendah sehingga cukup membuat para petani risau, apalagi buah naga merupakan buah yang cukup mudah busuk tanpa pengawet, karenanya sangat diperlukan usaha untuk mengolah buah naga menjadi produk-produk turunan. Salah satu produk turunan buah naga yang coba dikembangkan adalah kerupuk buah naga. Desa Batuah sendiri telah berhasil memproduksi kerupuk buah naga. Usaha pemasaran produk kerupuk buah naga asal desa Batuah juga cukup serius dilakukan. Grup hotel Mercure-Ibis Samarinda bekerja sama dengan Pemkot Samarinda dan Pemprov Kalimantan Timur menyatakan mendukung usaha memasarkan dan mengenalkan produk-produk IKM Kalimantan Timur salah satunya Kerupuk Buah Naga asal desa Batuah dengan mengadakan pameran yang menampilkan produk-produk IKM serta membuat gerai yang khusus *display* dan menjual produk IKM khas Kalimantan Timur. Keseriusan banyak pihak dalam mempromosikan produk Kerupuk Buah Naga khas Desa Batuah ini perlu ditanggapi oleh pihak desa Batuah untuk terus meningkatkan kualitas produk yang dipasarkannya, salah satunya dalam hal kemasan, sebagai salah satu aspek yang dapat meningkatkan nilai tambah suatu produk.

Kemasan pada awalnya dapat didefinisikan sebagai “wadah” atau “pembungkus yang digunakan untuk menampung sebuah atau sekelompok produk. Secara umum kemasan memiliki fungsi utama yaitu sebagai pelindung produk pada proses pengiriman namun pada perkembangannya kemasan juga berfungsi sebagai media untuk mempromosikan produk yang ada di dalamnya (Mukhtar et al., 2015). Perkembangan lebih lanjut menunjukkan kemasan dapat juga digunakan untuk melindungi produk dari pencurian, pemalsuan, mempermudah penyimpanan, sebagai duta produk, bahkan dapat menciptakan fungsi baru setelah tidak digunakan sebagai kemasan.

Terdapat 4 aspek penting sebagai kunci sukses pemasaran produk, yaitu produk, tempat pemasaran, harga, dan promosi. Kemasan memiliki peranan penting dalam promosi pemasaran (Klimchuk et al., 2006), dimana melalui kemasan calon konsumen dapat menangkap kesan singkat yang ingin disampaikan produk yang ada di dalamnya (Bhakti, 2001). Melalui pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa kemasan sebagai salah satu media promosi akan berpengaruh terhadap laku-tidaknya suatu produk di pasaran. Kemasan dapat berfungsi sebagai salah satu daya Tarik bagi konsumen untuk membeli suatu produk (Cenadi, 2000). Dalam membuat desain kemasan sangat penting untuk melakukan studi terhadap calon konsumen untuk dapat memastikan kemasan tersebut menarik bagi kelompok konsumen yang disasar (Rundh, 2009). Kemasan perlu digunakan sebagai media promosi yang memiliki bentuk komunikasi yang seefektif mungkin (Nancarrow et al., 1998). Aspek dalam kemasan yang dapat secara efektif berpengaruh terhadap tingkat kekompetitifan produk di pasaran antara lain : struktur dan kekuatan, daya tahan, kemudahan didistribusikan, promosi terhadap kelompok konsumen, *silent advertiser*, keragaman kemasan, kebersihan dan kesehatan kemasan, dan inovasi (Azad & Masoumi, 2012).

## 2. Metode

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul Pelatihan Desain Kemasan untuk meningkatkan Nilai Jual Produk Kerupuk Buah Naga di Desa Batuah ini merupakan kegiatan pengabdian dengan skema penugasan. Skema pengabdian penugasan merupakan skema pengabdian kepada masyarakat dimana kampus dalam hal ini Politeknik Negeri Samarinda mencoba mengenal kebutuhan masyarakat utamanya institusi yang telah bermitra dengan Politeknik Negeri Masyarakat, kemudian menilai apakah sumber daya yang dimiliki POLNES dalam hal ini sumber daya manusia di program studi dapat memberikan kontribusi untuk memecahkan masalah yang ada di masyarakat. Setelah disimpulkan bahwasanya sumber daya manusia di program studi yang ada mampu memecahkan masalah yang ada di masyarakat maka manajemen POLNES melalui unit Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat menugaskan tim untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat di lokasi yang telah ditentukan.

Kegiatan pengabdian ini melibatkan unsur dosen sebanyak empat orang dari tiga program studi. Selain itu dilibatkan pula 2 orang tenaga kependidikan yaitu teknisi dari program studi Desain Produk; serta 3 orang mahasiswa dari program studi Desain Produk. Mitra dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Desa Batuah, Kecamatan Loa Janan, Kabupaten Kutai Kartanegara, Provinsi Kalimantan Timur. Pelatihan ini diikuti oleh 12 peserta yang mewakili desa Batuah. Sasaran dari kegiatan pengabdian ini adalah para warga di desa Batuah yang telah memiliki kemampuan dasar dalam pengoperasian komputer dan memiliki bakat dalam membuat desain grafis. Adapun metode pelaksanaan kegiatan yang dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah ini:



Gambar 1. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat

### 3. Hasil dan Pembahasan

---

Aspek yang akan coba dihasilkan dari pelatihan kemasan tersebut adalah kesesuaian dalam aspek bentuk, ukuran, grafis dan kelengkapan informasi. Melalui hasil wawancara dan kunjungan langsung ke Desa Batuah didapatkan bahwa warga calon peserta pelatihan masih awam dengan desain kemasan, baik dalam aspek bentuk, maupun grafis. Melalui wawancara tersebut juga didapatkan informasi bahwa belum ada warga yang terlalu familier dengan perangkat lunak desain apapun. Padahal nantinya perangkat lunak tersebut akan digunakan untuk membuat grafis untuk kemasan yang akan dibuat. Waktu pelaksanaan kegiatan pun terbilang singkat yaitu total selama 3 hari. Karenanya perlu dirancang bentuk pelatihan yang sesuai.

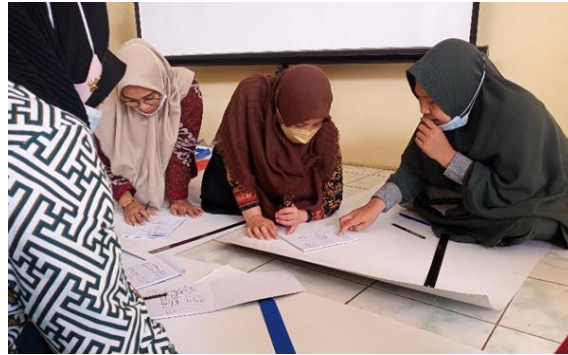
Tentunya bentuk pelatihan kemasan yang akan dilakukan bersifat pelatihan dasar. Pelatihan akan dilaksanakan selama tiga hari dengan muatan pemaparan materi, praktik pembuatan pola kemasan, praktik pengoperasian perangkat lunak desain untuk membuat grafis kemasan dan pembuatan *prototype* kemasan. Sebagaimana telah dipaparkan sebelumnya seluruh materi yang diberikan bersifat materi tingkat dasar.

Untuk pemaparan materi para peserta diberikan materi tentang pengertian dasar kemasan, berbagai keuntungan yang bisa didapatkan dari kemasan yang baik dan bagaimana sebuah kemasan dapat juga berfungsi sebagai media promosi. Selain itu peserta juga diberi informasi mengenai label yang wajib ada dalam sebuah kemasan sesuai amanat perundangan. Peserta juga diberi tips mengenai seperti apakah desain grafis kemasan yang menarik ([Gambar 2](#)).



[Gambar 2](#). Pemaparan materi tentang kemasan

Setelah menerima pemaparan materi, peserta diminta untuk membuat pola kemasan ([Gambar 3](#)). Mengingat keterbatasan pengetahuan dasar yang dimiliki peserta mengenai desain pola kemasan, maka metode yang dipilih adalah dengan membuat pola kemasan dengan pola yang telah ada. Namun demikian, peserta diberikan pelatihan tentang bagaimana menyesuaikan pola yang telah ada agar dapat sesuai dengan ukuran produk mereka yang akan dikemas menggunakan kemasan tersebut.



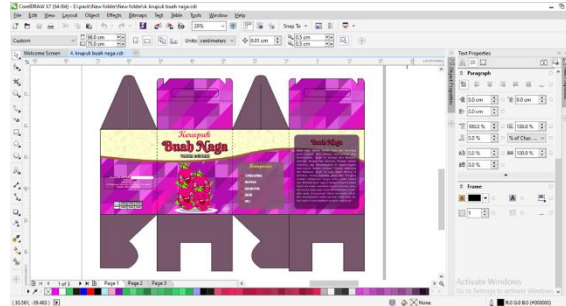
Gambar 3. Peserta berlatih membuat pola kemasan

Setelah peserta berhasil membuat pola kemasan dengan ukuran sesuai bentuk dan ukuran yang sesuai dengan produk buatan Desa Batuah yang akan dikemas di dalamnya, maka mereka diminta juga untuk membuat desain grafisnya. Mengingat keterbatasan pengetahuan dasar tentang pembuatan desain grafis dan keterbatasan pengetahuan peserta tentang pengoperasian perangkat lunak desain grafis, maka pelatihan pembuatan grafis dibuat sesederhana mungkin. Awalnya mereka diperkenalkan dengan perangkat lunak desain grafis yang relatif mudah untuk dipelajari yaitu COREL DRAW X5. Fungsi-fungsi yang diajarkan pun tidak menyeluruh, namun hanya beberapa yang dianggap perlu. Beberapa fungsi yang diajarkan antara lain fungsi pembuatan bentuk sederhana serta melakukan editing dasar terhadap bentuk sederhana tersebut. Latihan yang dilakukan untuk sub materi tersebut adalah menggambar ulang pola kemasan yang telah dibuat pada perangkat lunak COREL DRAW X5 sesuai ukuran aslinya. Pelatihan peserta dalam berlatih pengoperasian perangkat lunak desain dapat dilihat pada Gambar 4 di bawah ini.



Gambar 4. Peserta berlatih mengoperasikan Perangkat Lunak Desain

Setelah itu peserta diajarkan untuk menambahkan latar belakang pada pola kemasan yang telah dibuat. Untuk latar belakang yang ditambahkan pada pola kemasan, para peserta cukup menggunakan gambar (*image*) latar belakang yang dapat diunduh secara gratis di internet. Setelah kemasan diberikan latar belakang dilanjutkan dengan menambahkan elemen estetis yang dapat menambah menarik kemasan seperti foto produk yang dikemas, ilustrasi yang berhubungan dengan produk dan lain-lain. Setelah itu ditambahkan tulisan utama yaitu nama produk dan logo perusahaan. Kemudian dapat juga ditambahkan label sesuai dengan kebutuhan dengan mengusahakan dapat mengikuti peraturan perundangan, sebagaimana telah dipaparkan dalam materi yang telah diberikan sebelumnya. Adapun Gambar 5 yang merupakan salah satu hasil pembuatan grafis Sederhana menggunakan Perangkat Lunak Desain oleh peserta pelatihan.



Gambar 5. Salah satu hasil pembuatan grafis sederhana

Hasil desain kemasan para peserta setelah dicetak dapat dilihat pada Gambar 6. Pada pertemuan terakhir, hasil cetakan *prototype* kemasan tersebut kemudian dirakit menjadi bentuk kemasan jadi.



Gambar 6. Beberapa karya kemasan yang telah dirakit

## 4. Kesimpulan

Pada dasarnya para peserta pelatihan dalam hal ini pelaku IKM di Desa Batuah paham bahwa desain kemasan yang baik dapat memberikan nilai tambah pada produk yang dipasarkannya. Namun demikian perlu dipahami bahwa mayoritas pelaku IKM tidak memiliki dasar pengetahuan yang diperlukan untuk dapat kemudian membuat desain kemasan yang kompetitif. Karenanya bentuk pelatihan yang dapat diberikan adalah bentuk pelatihan yang bersifat dasar, dimana yang menjadi tujuan utama adalah agar para pelaku IKM mengerti bagaimana menyesuaikan ukuran produk mereka dengan pola kemasan yang ada. Pelaku IKM juga wajib mengetahui label-label dan keterangan apa yang wajib tercantum dalam kemasan mereka. Kemudian pelaku IKM juga wajib memahami kemasan seperti apakah yang dapat dianggap menarik dan berhasil mempromosikan produk yang ada di dalamnya.

Dengan dipahaminya hal-hal tersebut maka akan lebih mudah bagi para pelaku IKM ketika berkomunikasi dengan desainer kemasan profesional tentang kemasan seperti apa yang harus dibuat untuk kemasan produk mereka baik dalam aspek bentuk, ukuran, labeling, fitur-fitur khusus maupun desain grafis yang diinginkan oleh pelaku IKM tersebut. Hal tersebut yang belum ada saat ini, dimana biasanya pelaku IKM tidak mengerti kemasan seperti apa yang diinginkan, sehingga terkadang desainer hanya diminta untuk membuat kemasan meniru kemasan yang telah ada, yang pada

akhirnya kemasan tersebut gagal menampilkan keunikan yang justru merupakan aspek penting dalam nilai tambah sebuah kemasan.

## Acknowledgement

---

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Samarinda melalui Unit Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, yang telah menunjuk dan mendanai tim penulis melalui DIPA POLNES 2021 untuk keberhasilan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat skema penugasan ini, dengan Surat Perintah Kerja Nomor : 1910/PL7.14/AM/2021, tanggal 6 Juli 2021.

## Daftar Pustaka

---

- Azad, N., & Masoumi, M. (2012). The impact of packaging on product competition. *Management Science Letters*, 2, 2799-2794.
- Bhakti, B. (2001). *Merek dan Kemasan*. Cakram Komunikasi.
- Cenadi, C. S. (2000). Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran. *Jurnal NIRMANA*, 2(1), 92-103.
- Klimchuk, Rosner, Marianne, Krasovec, & A, S. (2006). *Packaging Design : Successful Product Branding From Concept to Shelf*. John Wiley & Sons, Inc.
- Mukhtar, Syukrianti, Nurif, & Muchammad. (2015). Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora*, 8(2), 181-191.
- Nancarrow, C., Wright, L. T., & Brace, I. (1998). Gaining competitive advantage from packaging and labelling in marketing communications. *British Food Journal*, 100(2), 110-118.
- Rundh, B. (2009). Packaging design: creating competitive advantage with product packaging. *British Food Journal*, 111(9), 988-1002.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License

---