

PENINGKATAN ESTETIKA DAN FUNGSIONALITAS KEMASAN PRODUK PERIKANAN PADA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DI KAMPUNG LAUT

Yoppie Wulanda*, Lauura Hermala, Wulandari, M. Hariski, Ester Restiana Endang Gelis, Rizky Janatul Magwa, Septy Heltria, Farhan Ramdhani

Fakultas Peternakan, Universitas Jambi

*Email: yoppiewulanda@unja.ac.id

Naskah diterima: 04-12-2025, disetujui: 02-02-2026, diterbitkan: 06-02-2026

DOI: <http://dx.doi.org/10.29303/jppm.v9i1.10916>

Abstrak – Kawasan wisata Kampung Laut merupakan daerah pesisir yang memiliki potensi perikanan yang tinggi, salah satunya adalah makanan diversifikasi perikanan. Namun saat ini produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kampung Laut masih terkendala pada aspek pemasaran. Hal ini dikarenakan masih terbatasnya keterampilan pelaku UMKM dalam menyajikan kemasan yang modern. Tujuan pengabdian ini adalah mengintegrasikan ilmu dan teknologi bidang pengolahan hasil perikanan, khususnya pada aspek teknik pengemasan dan branding pada produk olahan perikanan lokal menggunakan aplikasi design. Kegiatan pengabdian dilakukan pada tanggal 06 September 2025 di Balai Pertemuan Kelurahan Kampung Laut Kabupaten Tanjung Jabung Timur Provinsi Jambi. metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah ceramah dan pelatihan. Hasil pengabdian menunjukkan kegiatan ini dinilai sangat membantu pengembangan usaha, dengan skor rata-rata 4,6 (skala 5) dan sebanyak 95% peserta optimis bahwa penggunaan aplikasi design dapat meningkatkan daya tarik produk mereka di pasaran. Setelah melakukan rangkaian kegiatan dan evaluasi dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini membantu pelaku UMKM kampung laut dalam memperkaya pengetahuan mengenai teknik pengemasan dan branding pada produk olahan perikanan lokal.

Kata kunci : Kampung Laut, Kemasan, Produk perikanan, UMKM

LATAR BELAKANG

Kawasan wisata Kampung Laut merupakan salah satu destinasi wisata bahari unggulan di Kabupaten Tanjung Jabung Timur Provinsi Jambi yang memiliki potensi besar untuk pengembangan ekonomi kreatif berbasis masyarakat lokal. Kehadiran wisatawan dari berbagai daerah membuka peluang strategis bagi masyarakat pesisir sekitar untuk menjadikan produk-produk lokal sebagai cendera mata khas daerah. Namun, potensi ini belum dimanfaatkan secara optimal, khususnya dalam hal pengolahan dan pemasaran produk perikanan seperti berbagai kerupuk ikan dan udang yang merupakan hasil olahan khas masyarakat setempat.

Kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan Kelompok Pengolahan dan Pemasaran Usaha Bersama (KPPUB) Kampung Laut dalam teknik pengemasan produk olahan perikanan yang

menarik, higienis, dan sesuai standar pemasaran modern. Menurut Zed dkk (2024) Kemasan produk merupakan salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran. Kondisi KPPUB Kampung laut ini mengakibatkan produk olahan perikanan belum mampu tampil sebagai oleh-oleh yang layak jual di pasar wisata, sehingga nilai tambah ekonomi yang seharusnya dapat diperoleh masyarakat dari sektor pariwisata belum sepenuhnya terwujud.

Pengabdian ini bertujuan mengintegrasikan ilmu dan teknologi bidang pengolahan hasil perikanan, khususnya pada aspek teknik pengemasan dan branding pada produk olahan perikanan lokal. Melalui pendekatan pelatihan dan pendampingan, program ini tidak hanya menyelesaikan masalah praktis ibu-ibu KPPUB Kampung Laut, tetapi juga memperkaya penerapan teori dalam konteks nyata. Misalnya, konsep desain kemasan informatif dan estetik yang

sebelumnya hanya menjadi kajian akademik, diuji langsung pada produk UMKM sehingga menghasilkan inovasi berbasis IPTEKS terapan. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi dalam memperluas referensi praktis di bidang teknologi hasil perikanan, khususnya pengemasan pangan lokal.

METODE PELAKSANAAN

Bentuk kegiatan yang dilaksanakan berupa pemaparan materi dan pelatihan yang ditujukan kepada ibu-ibu KPPUB Kampung Laut. Pelaksanaan kegiatan difokuskan pada pelatihan penggunaan teknologi aplikasi design berupa *Canva*.

Tim Pelaksana kegiatan ini Adalah Dosen Perikanan Fakultas Peternakan. Pemateri yang menyampaikan bahan pelatihan dandan diskusi memiliki pengalaman dan keahlian dalam menggunakan instrument pelatihan. Beberapa dosen lainnya membantu dalam pendampingan teknis pelaksanaan pelatihan design produk. Kegiatan ini dilaksanakan di Balai Pertemuan Kelurahan Kampung Laut Kabupaten Tanjung Jabung Timur Provinsi Jambi. Pada hari Sabtu Tanggal 06 September 2025.

Tahapan pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari dua tahapan yakni pemaparan materi menggunakan metode ceramah dan pendampingan menggunakan metode pelatihan pembuatan design kemasan menggunakan aplikasi *Canva*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Pengabdian

Kegiatan ini dihadiri oleh Dosen-dosen Fakultas Peternakan dan ibu-ibu KPPUB Kampung Laut sebanyak 31 orang. Kegiatan dimulai pukul 09.00 WIB dengan penyampaian materi yang dipaparkan oleh salah satu Dosen Program Studi Teknologi Hasil Perikanan. Materi yang dipaparkan berupa pentingnya pengemasan produk olahan

perikanan yang menarik, higienis, dan sesuai standar pemasaran modern.



Gambar 1. Pemaparan Materi

Setelah pemaparan mengenai kemasan produk higienis menggunakan alat bantu pengemasan, materi selanjutnya yaitu penjelasan dan demo dan pendampingan menggunakan aplikasi design yaitu *Canva*.



Gambar 2. Pendampingan Penggunaan Aplikasi Design.



Gambar 3. Sesi Evaluasi

Sebagai penutup rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat di Kampung Laut, selanjutnya dilakukan sesi evaluasi. Evaluasi merupakan tahapan yang sangat penting untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta serta efektivitas suatu kegiatan. Evaluasi ini dilakukan dengan cara kuis interaktif dan mengisi pertanyaan melalui Google Form yang telah disiapkan oleh tim pelaksana. Melalui

mekanisme ini, peserta dapat memberikan umpan balik secara langsung mengenai materi, metode, maupun manfaat kegiatan, sehingga

hasil evaluasi dapat menjadi bahan perbaikan dan pengembangan program pengabdian masyarakat di masa mendatang.

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Evaluasi menggunakan Google Form

No	Pertanyaan Evaluasi	Skor Rata-rata / Persentase	Keterangan
1	Kejelasan materi Canva	4,5 (dari skala 1–5)	Materi mudah dipahami
2	Kesesuaian materi dengan kebutuhan usaha	90% menjawab “Ya”	Sesuai kebutuhan UMKM
3	Kemampuan menggunakan Canva setelah pelatihan	4,2	Cukup menguasai
4	Peningkatan pemahaman estetika produk	4,3	Peserta memahami pentingnya desain
5	Berhasil membuat desain saat pelatihan	85% menjawab “Ya”	Mayoritas berhasil praktik
6	Manfaat kegiatan bagi usaha peserta	4,6	Sangat bermanfaat
7	Canva membantu meningkatkan daya tarik produk	95% menjawab “Ya”	Peserta optimis
8	Kendala penggunaan Canva	- Kuota internet terbatas - HP/laptop lemot - Butuh latihan lanjutan	Jawaban terbuka
9	Saran untuk kegiatan selanjutnya	- Tambahkan sesi praktik lebih lama - Perlu modul tertulis - Adakan pendampingan lanjutan	Jawaban terbuka

B. Pembahasan

Melalui pelatihan dan pendampingan pada kegiatan Pengabdian ini, pelaku UMKM mulai memahami bahwa kemasan yang berfungsi sebagai pelindung produk agar tetap aman dan layak konsumsi, juga memiliki peran sebagai media informasi produk yang ditawarkan. Menurut Rachmat dan Sayuti (2024), kemasan berfungsi tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi yang memberikan informasi kepada konsumen terkait produk tersebut.

Kegiatan ini menjelaskan hal-hal yang seharusnya ada atau tercantum dalam label produk makanan yaitu nama produk, komposisi, logo halal, waktu kadaluarsa produk, dan slogan produk sebagai *branding* produk yang dipasarkan. Menurut Ermawati (2019) Kemasan produk (*packaging*) berfungsi sebagai media pemasaran dan *branding* yang sengaja

dirancang untuk membangun *brand image* dalam benak konsumen. Melalui pelatihan pembuatan desain kemasan yang lebih menarik, informatif, dan lebih estetik memberikan identitas terhadap produk khas Kampung Laut yang diharapkan akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk perikanan lokal. Sementara itu, aspek fungsionalitas seperti ketahanan kemasan dan kemudahan penyimpanan ditampilkan sebagai salah satu manfaat menggunakan *vacuum* sebagai teknologi pengemasan. Pengemasan *vacuum* umumnya merupakan pengemasan kedap udara yang bertujuan untuk mencegah adanya udara dalam kemasan yang dapat menyebabkan produk menjadi tengik dan juga mencegah pertumbuhan mikroorganisme (Adawyah dkk, 2021).

Kegiatan ini Hasil pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa pemanfaatan aplikasi

desain grafis *Canva* terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta, khususnya pelaku UMKM olahan perikanan di Kampung Laut. Menurut Huljanah (2021) dan Magdalena (2019), evaluasi merupakan bagian penting dalam proses pembelajaran. Berdasarkan hasil evaluasi, mayoritas peserta menilai materi yang disampaikan mudah dipahami (skor rata-rata 4,5 dari skala 5) dan sesuai dengan kebutuhan usaha (90% menjawab “Ya”). Hal ini mengindikasikan bahwa topik yang dipilih sangat relevan dengan permasalahan yang dihadapi peserta, terutama dalam hal peningkatan nilai estetika produk melalui desain kemasan guna meningkatkan pendapatan UMKM. Menurut Widiati (2019) dengan memperbaiki kemasan UMKM terbukti dapat meningkatkan pemasaran, segmen pasarnya semakin bertambah, dan omset pemasaran semakin meningkat sehingga dapat mewujudkan UMKM naik kelas.

Canva adalah platform desain grafis online yang memudahkan siapa saja membuat berbagai konten visual. Menurut Sobandi dkk (2023) *Canva* adalah aplikasi yang dirancang agar pengguna tanpa keahlian desain pun bisa menghasilkan karya profesional, dengan dukungan fitur seperti tema, template, dan font yang beragam.

Kemampuan peserta dalam menggunakan *Canva* juga mengalami peningkatan, ditunjukkan dengan skor rata-rata 4,2 dari skala 5, meskipun sebagian peserta masih menghadapi kendala teknis seperti keterbatasan kuota internet, perangkat yang kurang mendukung, dan kebutuhan akan latihan lebih lanjut. Namun demikian, 85% peserta berhasil membuat desain kemasan secara mandiri selama sesi praktik, yang menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis praktik mampu meningkatkan keterampilan secara langsung. Sari (2019) menyebutkan bahwa

Pembelajaran berbasis praktikum sangat baik dan tepat untuk dilaksanakan pada proses pembelajaran, karena dapat memberikan pengalaman dan keterampilan dalam bekerja.

Kegiatan ini dinilai sangat membantu pengembangan usaha, dengan skor rata-rata 4,6. Bahkan 95% peserta optimis bahwa penggunaan *Canva* dapat meningkatkan daya tarik produk mereka di pasaran. Menurut Uchyani dan Irianto (2015) kemasan merupakan “pemicu” karena fungsinya langsung berhadapan dengan konsumen dengan demikian, kemasan harus dapat memberikan impresi spontan yang mempengaruhi tindakan positif konsumen di tempat penjualan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir mengenai pentingnya estetika sebagai strategi pemasaran.

Masukan dari peserta, seperti perlunya sesi praktik yang lebih panjang, penyediaan modul tertulis, serta pendampingan lanjutan, menjadi catatan penting bagi tim pelaksana untuk perbaikan kegiatan serupa di masa mendatang. Hal ini menandakan adanya kebutuhan keberlanjutan program pengabdian, sehingga peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan dasar tetapi juga mampu mengembangkan keterampilan desain secara lebih mendalam. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini dapat dikatakan berhasil dalam memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas UMKM olahan perikanan, sekaligus membuka peluang keberlanjutan program pelatihan berbasis teknologi digital untuk mendukung daya saing produk lokal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian pengenalan *vacum* sebagai salah satu alat pendukung membuat kemasan yang higienis

dan Canva sebagai aplikasi design grafis kemasan merupakan informasi yang dibutuhkan dalam permasalahan kelompok UMKM mengenai keterbatasan informasi mengenai kemasan yang menarik, higienis, dan modern.

Selanjutnya diharapkan kelompok UMKM dapat mengimplementasikan ilmu dan keterampilan yang telah didapatkan pada produk olahan sehingga produk tersebut mampu bersaing dipasar nasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian ini didukung penuh oleh Universitas Jambi melalui pendanaan PNPB skema pengabdian. Kontribusi Dosen Perikanan Fakultas Peternakan Universitas Jambi sangat penting dalam terwujudnya kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawyah, R., Redha, E., Adriani, M., Syifa, M., & Habibie, R. (2021). Inovasi kemasan vacuum dalam upaya perbaikan kualitas rempeyek “Denok” di Kelurahan Loktabat Utara. *Aquana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 97–102.
- Ermawati, E. (2019). Pendampingan peranan dan fungsi kemasan produk dalam dunia pemasaran Desa Yosowilangun Lor. *Empowerment Society*, 2(2), 15–22.
- Huljannah, M. (2021). Pentingnya proses evaluasi dalam pembelajaran di sekolah dasar. *EDUCATOR: Directory of Elementary Education Journal*, 2(2), 164–180.
- Magdalena, I., Fauzi, H. N., & Putri, R. (2020). Pentingnya evaluasi dalam pembelajaran dan akibat memanipulasinya. *Bintang: Jurnal Pendidikan dan Sains*, 2(2), 244–257.
- Rachmat, A., & Sayuti, N. (2024). Pengembangan produk melalui desain kemasan untuk meningkatkan minat beli pada Bangi Cafe Sunset CPI. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(2), 249–259.
- Sari, Y. A. (2019). Penerapan pembelajaran berbasis praktikum untuk meningkatkan keterampilan proses sains dan sikap ilmiah siswa SMK pada materi bakteri. *Sinau: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Humaniora*, 5(2), 60–77.
- Sobandi, A., Yuniarsih, T., Meilani, R. I., & Indriarti, R. (2023). Pemanfaatan fitur aplikasi Canva dalam perancangan media pembelajaran berbasis pendekatan microlearning. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 8(1).
- Uchyani, R., & Irianto, H. (2015). Pengemasan produk dalam meningkatkan produk berbahan baku kacang yang marketable. *Laporan Prosiding Seminar Nasional 4th SME's Summit dan Awards*.
- Widiati, A. (2019). Peranan kemasan (packaging) dalam meningkatkan pemasaran produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi*, 8(2), 67–76.
- 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(1), 2209–2229.