

Pelatihan Pembuatan Desain Kemasan pada Produk Unggulan di SMK Negeri 1 Sukamara

Tri Bowo Atmojo^{1*}, Mariana Syamsudin¹, Lindung Siswanto¹, Tommi Suryanto¹, M.Diponegoro¹, Fitri Wibowo¹, Suharsono¹, Sarah Bibi¹, Jajang Nooralam¹, Siti Nia A.¹

¹ Politeknik Negeri Pontianak, Jln. Ahmad Yani, Pontianak, Indonesia
Email: tribowo17[at]gmail.com

* corresponding author

ABSTRACTS

In the era of highly competitive global trade, product packaging plays a role beyond just protecting or differentiating products from other products. Packaging has become a strategic tool to increase sales, where choosing the right packaging including in terms of shape, type, size, and ease of use can have a positive impact on consumer response and purchasing decisions. However, even though it has proven effective in increasing sales, many business actors have not paid special attention to the packaging aspect. SMK Negeri 1 Sukamara, which has four departments, namely Food Crops and Horticulture Agribusiness (ATPH), Light Vehicle Engineering (TKR), Construction and Property Business (BKP), and Multimedia, produces various products from the Food Crops and Horticulture Agribusiness department. This article examines the importance of training in creating the right packaging design for SMK Negeri 1 Sukamara's superior products, in order to increase competitiveness and product sales in the global market.

Manuscript received Jun 2, 2025; revised Jun 4, 2025; accepted Jun 25, 2025; Date of publication Jun 30, 2025; Jiptek : Jurnal Pengabdian Ilmu Pengetahuan dan Teknologi licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License



ABSTRAK

Pada era perdagangan global yang sangat kompetitif, kemasan produk memiliki peran yang lebih dari sekadar pelindung atau pembeda dari produk lain. Kemasan telah menjadi alat strategis untuk meningkatkan penjualan, di mana pemilihan kemasan yang tepat termasuk dalam hal bentuk, jenis, ukuran, dan kemudahan penggunaan dapat memberikan dampak positif terhadap respon konsumen dan keputusan pembelian. Namun, meskipun terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan, banyak pelaku usaha yang belum memberikan perhatian khusus pada aspek kemasan. SMK Negeri 1 Sukamara, yang memiliki empat jurusan, yaitu Agribisnis Tanaman Pangan dan Hortikultura (ATPH), Teknik Kendaraan Ringan (TKR), Bisnis Konstruksi dan Properti (BKP), dan Multimedia, memproduksi berbagai produk dari jurusan Agribisnis Tanaman Pangan dan Hortikultura. Artikel ini mengkaji pentingnya pelatihan dalam pembuatan desain kemasan yang tepat untuk produk-produk unggulan SMK Negeri 1 Sukamara, guna meningkatkan daya saing dan penjualan produk di pasar global

Keywords / Kata Kunci — *Kemasan produk; Desain kemasan; pelatihan desain kemasan*

1. Pendahuluan

Kemasan atau packaging memainkan peran penting dalam dunia usaha, industri, serta sektor perdagangan, terutama dalam penjualan produk pangan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kemasan bukan hanya berfungsi sebagai pelindung produk dari kerusakan fisik atau sebagai pembeda produk dari pesaing, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan (Rundh, 2009; Silayoi & Speece, 2007). Dalam konteks persaingan usaha yang semakin kompetitif, terutama di era globalisasi, pemilihan kemasan yang tepat menjadi salah satu faktor krusial dalam meraih pangsa pasar (Ampuero & Vila, 2006).

Kemasan yang dirancang dengan baik dapat memengaruhi persepsi konsumen, meningkatkan daya tarik produk, serta mendorong keputusan pembelian (Azzi et al., 2012). Penelitian oleh Underwood (2003) menunjukkan bahwa kemasan memiliki kemampuan untuk menciptakan hubungan emosional antara konsumen dan produk, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas merek. Selain itu, pemilihan bahan kemasan yang berkualitas, ringan, serta desain yang ergonomis juga terbukti memberikan dampak positif terhadap preferensi konsumen (Wells et al., 2007).

Namun, meskipun manfaat strategis dari kemasan yang efektif telah diakui secara luas, banyak pelaku usaha yang masih menganggap kemasan sebagai elemen sekunder dalam strategi pemasaran mereka (Pires et al., 2006). Kurangnya perhatian pada desain dan kualitas kemasan dapat mengakibatkan hilangnya potensi penjualan dan kesulitan dalam bersaing di pasar yang semakin kompetitif

2. Metode Pelaksanaan Pengabdian

Tujuan utama dari Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) di SMK Negeri 1 Sukamara, Kalimantan Tengah, adalah untuk memberikan wawasan mendalam mengenai teknik-teknik desain kemasan yang efektif dan terkini. Kegiatan ini bertujuan untuk melatih para guru dan siswa dalam merancang kemasan yang tidak hanya sesuai dengan perkembangan zaman tetapi juga dapat meningkatkan nilai produk unggulan dari sekolah.

Manfaat dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini adalah untuk mendukung SMK Negeri 1 Sukamara, Kalimantan Tengah, dalam mencetak guru-guru yang mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi serta mahir dalam merancang kemasan yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi pada peningkatan nilai dan daya saing produk unggulan sekolah.

Desain Kemasan

Desain kemasan adalah seni dan ilmu merancang kemasan produk untuk memenuhi kebutuhan fungsional, estetika, dan pemasaran. Menurut Kotler dan Keller (2016), desain kemasan berfungsi untuk melindungi produk, memberikan informasi kepada konsumen, dan menarik perhatian di pasar. Konsep desain kemasan melibatkan aspek seperti bentuk, warna, material, dan tipografi, yang semuanya harus selaras dengan identitas merek dan preferensi konsumen (Keller, 2013).

Nilai Tambah dari Kemasan

Kemasan tidak hanya melindungi produk tetapi juga dapat meningkatkan nilai tambah produk. Schindler dan Dibb (2007) mengemukakan bahwa kemasan yang dirancang dengan baik dapat membedakan produk di rak, mempengaruhi persepsi konsumen, dan berkontribusi pada keputusan pembelian. Teori ini menjelaskan bagaimana desain kemasan yang efektif dapat meningkatkan daya tarik visual dan mempengaruhi pengalaman konsumen.

Adaptasi Teknologi

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) memainkan peran penting dalam desain kemasan modern. Menurut Rogers (2003), teori adopsi teknologi menjelaskan bagaimana inovasi, termasuk teknologi desain, diadopsi oleh individu dan organisasi. Dalam konteks pelatihan, pemahaman tentang bagaimana teknologi baru diintegrasikan dalam proses desain kemasan dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas hasil desain.

Pengaruh Desain Kemasan terhadap Perilaku Konsumen

Penelitian oleh Underwood dan Klein (2002) menunjukkan bahwa desain kemasan yang menarik dapat mempengaruhi persepsi konsumen dan keputusan pembelian. Studi ini mengidentifikasi elemen desain kemasan yang paling efektif dalam menarik perhatian dan membentuk citra merek di benak konsumen.

Implementasi Teknologi dalam Desain Kemasan

Studi oleh Krishnamurthy dan Singh (2015) membahas bagaimana teknologi digital, seperti perangkat lunak desain dan alat simulasi, mempengaruhi proses desain kemasan. Penelitian ini menekankan manfaat penggunaan teknologi terbaru untuk meningkatkan kreativitas dan akurasi desain kemasan.

Metode Pelaksanaan Pengabdian

Ada beberapa tahapan yang ditempuh oleh tim PPM untuk melaksanakan pelatihan pembuatan desain kemasan pada produk unggulan di SMK Negeri 1 Sukamara,. Setiap tahapan ini dijelaskan secara rinci dalam alur kegiatan PPM yang terlihat pada gambar 1.

Pada tahap pertama studi lapangan pelaksanaan Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) terkait pelatihan pembuatan kemasan produk unggulan, Tim PPM dari Program Studi Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Pontianak melakukan serangkaian kegiatan penting untuk memastikan kelancaran program. Kegiatan dimulai dengan penelitian awal untuk memahami konteks dan kebutuhan spesifik dari SMK Negeri 1 Sukamara. Tim PPM melakukan kunjungan lapangan untuk berinteraksi langsung dengan pihak sekolah, termasuk kepala sekolah, guru, dan siswa. Kunjungan ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan mendalam mengenai potensi produk unggulan yang ada serta tantangan yang dihadapi dalam hal desain kemasan.

Selanjutnya, dilakukan analisis kebutuhan untuk menilai keterampilan yang sudah ada dan menentukan area yang memerlukan pengembangan. Tim PPM melakukan diskusi dengan pihak sekolah mengenai tujuan pelatihan dan harapan mereka dari program ini. Hasil dari analisis ini digunakan untuk menyusun materi pelatihan yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan peserta.

Selain itu, tim juga mengadakan rapat koordinasi internal untuk merencanakan detail teknis dan logistik pelatihan. Rapat ini melibatkan semua anggota tim PPM untuk memastikan bahwa setiap aspek dari pelatihan, mulai dari jadwal, materi, hingga metode penyampaian, sudah direncanakan dengan baik.



Gambar 1. Alur Kegiatan PPM



Gambar 2 koordinasi tim untuk memastikan setiap materi yang disertakan relevan dan sesuai dengan kebutuhan peserta pelatihan

Terakhir, tim melakukan pembuatan rencana kerja yang mendetail, termasuk jadwal pelatihan, materi yang akan disampaikan, dan metode evaluasi. Rencana ini dirancang untuk memastikan bahwa pelatihan tidak hanya memberikan pengetahuan tetapi juga keterampilan praktis yang dapat diterapkan oleh siswa

3. Hasil Dan Pembahasan

Pelatihan pembuatan kemasan produk unggulan di Gedung LAB TI BGP, Kabupaten Sukamara, berhasil mencapai tujuannya dengan baik. Kegiatan ini diikuti oleh 15 siswa dan 2 guru dari SMK Negeri 1 Sukamara. Selama pelatihan, peserta terlibat dalam berbagai aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam desain kemasan.

1. Keterampilan Baru: Peserta memperoleh keterampilan praktis dalam pembuatan desain kemasan, termasuk penggunaan perangkat lunak desain grafis dan teknik pencetakan. Mereka berhasil menyelesaikan prototipe kemasan yang menunjukkan pemahaman mereka tentang prinsip desain yang diajarkan.
2. Desain Kemasan: Setiap kelompok siswa menghasilkan desain kemasan yang kreatif dan fungsional. Desain-desain ini tidak hanya memenuhi standar estetika tetapi juga memperhatikan aspek fungsionalitas, seperti kemudahan penggunaan dan daya tahan kemasan.
3. Partisipasi Aktif: Selama pelatihan, siswa menunjukkan antusiasme yang tinggi dan keterlibatan aktif dalam setiap sesi. Diskusi dan sesi praktik berjalan lancar, dengan siswa aktif berkontribusi ide dan melakukan eksperimen dengan desain mereka.

Pelatihan ini menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan keterampilan praktis siswa serta memberikan dampak positif bagi proses pembelajaran mereka. Beberapa poin penting dalam pembahasan ini adalah:

Efektivitas Metode Pengajaran: Metode pengajaran yang digunakan dalam pelatihan yaitu Sesi teori dan praktik langsung untuk mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh dengan cara yang relevan dan mendalam.



Gambar 3 penyampaian Materi Teori dan demonstrasi dari Tim PPM

Sesi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai dasar-dasar desain kemasan yang akan diterapkan dalam praktik pembuatan prototipe kemasan. Tim PPM memulai dengan memperkenalkan konsep dasar desain kemasan. Mereka menjelaskan prinsip-prinsip fundamental yang harus diperhatikan dalam pembuatan kemasan, termasuk elemen estetika, fungsionalitas, dan daya tarik pasar. Materi teori ini mencakup berbagai aspek, seperti pemilihan material kemasan yang sesuai, teknik pencetakan, serta pengaruh desain kemasan terhadap daya tarik produk di pasar.



Gambar 4 Pendampingan dalam pelaksanaan praktikum

Selama sesi praktikum pelatihan pembuatan kemasan produk unggulan Tim Program Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) memainkan peran penting dalam memberikan pendampingan langsung kepada peserta. Sesi praktikum ini dirancang untuk menerapkan teori yang telah dipelajari sebelumnya dan memungkinkan siswa untuk mengembangkan keterampilan praktis dalam pembuatan kemasan.



Gambar 5 Peserta melakukan praktikum desain dengan menggunakan aplikasi

Peserta menggunakan berbagai alat dalam aplikasi desain untuk menyesuaikan elemen-elemen penting seperti warna, bentuk, teks, dan gambar. Dengan bimbingan dari Tim PPM, mereka diajarkan cara memanfaatkan berbagai fitur aplikasi untuk mengoptimalkan desain kemasan mereka. Tim PPM memberikan tips dan trik untuk mengatasi masalah teknis yang mungkin timbul serta menyempurnakan elemen desain agar sesuai dengan standar yang diharapkan.

Tanggapan Peserta

Selama pelatihan pembuatan kemasan produk unggulan, tanggapan dari peserta menunjukkan antusiasme dan kepuasan yang tinggi terhadap keseluruhan kegiatan. Para siswa dari SMK Negeri 1 Sukamara mengungkapkan rasa senang mereka atas kesempatan untuk belajar langsung dari para ahli dan menerapkan keterampilan baru dalam praktek

Banyak peserta merasa bahwa sesi praktikum dengan aplikasi desain grafis sangat membantu dalam memahami konsep yang diajarkan. Mereka mengapresiasi bimbingan langsung dari Tim PPM, yang memberikan penjelasan jelas tentang penggunaan alat dan fitur aplikasi. Peserta juga menyebutkan bahwa tips dan trik yang diberikan sangat berguna untuk mengatasi tantangan teknis dan meningkatkan kualitas desain mereka

4. Kesimpulan

Berdasarkan latar belakang, tujuan, hasil dan pembahasan yang telah diuraikan dalam bab-bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

- a. Kemasan tidak hanya melindungi produk tetapi juga penting untuk meningkatkan penjualan dan daya saing.
- b. Memberikan pemahaman tentang teknik dan prinsip yang diperlukan untuk mendesain kemasan yang baik dan sesuai dengan perkembangan zaman.
- c. Kegiatan ini membantu guru dan siswa di SMK Negeri 1 Sukamara untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi, sekaligus memperkuat kemampuan mereka dalam mengajar dan menggunakan teknologi terkini.

Adapun saran yang diberikan dalam upaya peningkatan pelatihan pembuatan desain kemasan pada produk unggulan di smk negeri 1 sukamara adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan evaluasi rutin terhadap pelatihan dan menyesuaikan kurikulum berdasarkan umpan balik dan tren terbaru untuk menjaga relevansi dan efektivitas program.
- b. Membangun hubungan yang lebih erat dengan industri lokal untuk memastikan desain kemasan sesuai dengan standar dan tren pasar terkini

Daftar Referensi

- [1]. Ampuero, O., & Vila, N. (2006). Consumer perceptions of product packaging. *Journal of Consumer Marketing*, 23(2), 100-112. <https://doi.org/10.1108/07363760610655032>
- [2]. Azzi, A., Battini, D., Persona, A., & Sgarbossa, F. (2012). Packaging design: General framework and research agenda. *Packaging Technology and Science*, 25(8), 435-456. <https://doi.org/10.1002/pts.993>
- [3]. Pires, G. D., Stanton, J., & Eckford, A. (2006). Influences on the perceived risk of purchasing online. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 3(2), 147-156. <https://doi.org/10.1002/cb.127>
- [4]. Rundh, B. (2009). Packaging design: Creating competitive advantage with product packaging. *British Food Journal*, 111(9), 988-1002. <https://doi.org/10.1108/00070700910992880>
- [5]. Silayoi, P., & Speece, M. (2007). The importance of packaging attributes: A conjoint analysis approach. *European Journal of Marketing*, 41(11/12), 1495-1517. <https://doi.org/10.1108/03090560710821279>
- [6]. Underwood, R. L. (2003). The communicative power of product packaging: Creating brand identity via lived and mediated experience. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 11(1), 62-76. <https://doi.org/10.1080/10696679.2003.11658492>
- [7]. Wells, L. E., Farley, H., & Armstrong, G. A. (2007). The importance of packaging design for own-label food brands. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 35(9), 677-690. <https://doi.org/10.1108/09590550710773237>
- [8]. Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education.
- [9]. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- [10]. Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. Free Press.
- [11]. Schindler, R. M., & Dibb, S. (2007). *Selling and Sales Management*. Pearson Education.
- [12]. Underwood, R. L., & Klein, N. M. (2002). "Packaging as Brand Communication". *Journal of Marketing Theory and Practice*, 10(4), 47-56.
- [13]. Krishnamurthy, S., & Singh, R. (2015). "Impact of Digital Technologies on Packaging Design". *Journal of Packaging Technology and Research*, 1(2), 95-104