

Inovasi Desain Kemasan Terjangkau Berbasis Partisipatif untuk Pemberdayaan UKM Ikan Tradisional di Desa Cipagalo

Maria Josef Retno Budi Wahyuni^{1*}, Wirania Swasty², Mohamad Tohir³,
Ayudhia Gita Ramadhani⁴, Emiya Yolanda Br Kaban⁵, Farand Ahmad Arzeli⁶

^{1,2,3,4,5,6} Desain Komunikasi Visual, Universitas Telkom

¹mariajosefw@telkomuniversity.ac.id, ²wirania@telkomuniversity.ac.id, ³mohamadtohir@gmail.com,

⁴ayudhiagita@student.telkomuniversity.ac.id, ⁵emiyayolanda@gmail.com,

⁶farandahmad@student.telkomuniversity.ac.id,

Abstrak

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pangan perdesaan memiliki peran strategis dalam mendukung ketahanan ekonomi dan pelestarian budaya lokal, namun kerap menghadapi keterbatasan pada aspek kemasan, identitas visual, dan pemasaran digital. Salah satu contohnya adalah UKM Pindang Ciganitri di Desa Cipagalo, Kecamatan Bojongsoang, Kabupaten Bandung, yang masih menggunakan kemasan konvensional sehingga kurang higienis, tidak terdiferensiasi, dan memiliki jangkauan pasar terbatas. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan daya saing UKM melalui inovasi kemasan yang terjangkau, kontekstual, dan adaptif terhadap pemasaran digital. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan desain partisipatif berbasis *design-based research*, yang melibatkan pelaku UKM dan aparat desa dalam seluruh tahapan kegiatan mulai dari identifikasi masalah, perancangan solusi, hingga uji coba luaran. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan kemasan plastik vakum dengan cetak saring satu sisi mampu menurunkan biaya produksi hingga 35%, meningkatkan higienitas, serta memperkuat identitas visual enam varian Pindang Ciganitri. Selain menghasilkan luaran fisik berupa prototipe kemasan, kegiatan ini juga berdampak pada peningkatan literasi desain, kesadaran mutu produk, dan kesiapan pelaku UKM untuk mengadopsi pemasaran digital. Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan desain partisipatif efektif sebagai strategi pemberdayaan UKM perdesaan dan berpotensi direplikasi pada konteks pengabdian masyarakat serupa.

Kata Kunci : pengabdian kepada masyarakat, inovasi kemasan, desain partisipatif, UKM pangan, Pindang Ciganitri.

Abstract

Rural food-based Small and Medium Enterprises (SMEs) play a strategic role in supporting local economic resilience and the preservation of cultural heritage; however, they frequently face constraints related to packaging, visual identity, and digital marketing. One such case is the Pindang Ciganitri SME in Cipagalo Village, Bojongsoang District, Bandung Regency, which continues to rely on conventional packaging that is insufficiently hygienic, poorly differentiated, and limited in market reach. This community engagement programme aims to enhance SME competitiveness through the development of affordable, context-sensitive, and digitally adaptive packaging innovations. The programme was implemented using a participatory design approach grounded in design-based research, actively involving SME actors and village authorities across all stages of the process, from problem identification and solution development to prototype testing. The results demonstrate that the adoption of vacuum-sealed plastic packaging with single-sided screen-printing reduced production costs by up to 35%, improved product hygiene, and strengthened the visual identity of six Pindang Ciganitri variants. Beyond the tangible output of packaging prototypes, the programme also contributed to increased design literacy, heightened awareness of product quality, and greater readiness among SME actors to adopt digital marketing practices. Overall, the findings indicate that participatory design constitutes an effective strategy for empowering rural SMEs and holds strong potential for replication in comparable community engagement contexts.

Keywords: *community engagement, packaging innovation, participatory design, food SMEs, Pindang Ciganitri.*

1. PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan pilar penting pembangunan perdesaan dan penguatan ekonomi berbasis komunitas. Namun, dalam praktiknya banyak UKM perdesaan masih menghadapi keterbatasan kapasitas, khususnya dalam inovasi desain, pengemasan, dan pemanfaatan teknologi digital, yang berdampak langsung pada rendahnya daya saing dan perluasan pasar (Aprilianti, 2025; Pranata et al., 2022). Transformasi digital dan penguatan nilai produk menjadi kebutuhan mendesak agar UKM mampu bertahan dan berkembang di tengah dinamika pasar yang semakin kompetitif. Desa Cipagalo di Kecamatan Bojongsoang, Kabupaten Bandung, menjadi lokasi pengabdian yang strategis untuk mengimplementasikan intervensi desain yang bersifat aplikatif, partisipatif, dan berdampak langsung bagi masyarakat. Salah satu potensi utama Desa Cipagalo terletak pada produksi Pindang Ciganitri, yaitu ikan olahan tradisional yang telah diproduksi secara turun-temurun sejak tahun 1975 dan menjadi sumber penghidupan bagi pelaku UKM setempat. Produk ini tidak hanya memiliki nilai kultural dan historis yang kuat, tetapi juga berkontribusi pada ketahanan pangan dan ekonomi rumah tangga. Produksi pindang yang mencakup enam jenis ikan meliputi bandeng, tongkol, tongkol lisong, mas, salem, dan deles, yang mencerminkan kekayaan pengetahuan lokal serta praktik kuliner tradisional yang masih bertahan hingga saat ini.

Meskipun memiliki potensi yang signifikan, hasil observasi awal dan diskusi dengan masyarakat menunjukkan bahwa UKM Pindang Ciganitri masih menghadapi berbagai kendala, terutama pada identitas visual, higienitas kemasan, dan kesiapan digital (Utami et al., 2022; Täuscher & Laudien, 2021). Kemasan yang digunakan cenderung konvensional, kurang higienis, dan belum mampu merepresentasikan identitas produk secara optimal. Dalam konteks tersebut, kemasan diposisikan tidak hanya sebagai pelindung fisik produk, tetapi juga sebagai media komunikasi nilai, pembangun persepsi kualitas, dan sarana diferensiasi produk di pasar (Hadaś et al., 2024; Rundh, 2022). Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini diarahkan pada pengembangan inovasi kemasan yang terjangkau, kontekstual, dan adaptif terhadap pemasaran digital berbasis partisipasi masyarakat.

Sebagai respons terhadap permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan pendekatan berbasis desain yang mengintegrasikan inovasi kemasan, penguatan identitas visual, dan kesiapan pemasaran digital. Pendekatan *design thinking* dan desain partisipatif digunakan untuk melibatkan pelaku UKM, aparat desa, dan pemangku kepentingan lokal sebagai mitra aktif dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah, perumusan solusi, hingga uji coba dan evaluasi hasil. Melalui pendekatan ini, masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga subjek utama dalam proses inovasi.

Fokus utama kegiatan PKM ini adalah peningkatan kapasitas dan literasi desain pelaku UKM melalui alih pengetahuan yang aplikatif, termasuk pemahaman dasar tentang desain berpusat pada pengguna, pemilihan material kemasan yang higienis dan terjangkau, serta strategi visual untuk diferensiasi produk. Solusi kemasan yang dikembangkan, berupa plastik vakum dengan cetak saring satu sisi, dipilih karena efisien secara biaya, mudah diimplementasikan oleh UKM skala rumah tangga, serta mampu meningkatkan persepsi kualitas dan profesionalisme produk. Kemasan ini juga dirancang agar siap diintegrasikan dengan pemasaran digital, sehingga membuka peluang ekspansi pasar di masa depan.

Selain menghasilkan luaran berupa prototipe kemasan dan identitas visual produk, kegiatan PKM ini juga bertujuan membangun fondasi keberlanjutan melalui penguatan kapasitas lokal. Pendampingan dilakukan secara bertahap melalui lokakarya, diskusi terstruktur, dan konsultasi informal, sehingga pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan secara mandiri oleh masyarakat setelah program berakhir. Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya berorientasi pada hasil jangka pendek,

tetapi juga pada pembentukan budaya inovasi dan kemandirian kreatif di tingkat desa. Secara lebih luas, kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa desain dapat berfungsi sebagai instrumen pemberdayaan sosial dan ekonomi apabila diterapkan secara kontekstual dan partisipatif. Dengan memosisikan Pindang Ciganitri sebagai produk unggulan desa yang memiliki nilai budaya, gizi, dan ekonomi, program ini berkontribusi pada penguatan ketahanan ekonomi lokal serta mendukung agenda pembangunan perdesaan yang inklusif dan berkelanjutan. Model pengabdian berbasis desain ini diharapkan dapat direplikasi pada UKM perdesaan lainnya yang menghadapi tantangan serupa, sekaligus memperkaya praktik pengabdian kepada masyarakat berbasis keilmuan desain.

2. METODE

Tahapan Penelitian

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan pendekatan kualitatif berbasis desain yang menekankan partisipasi aktif pelaku UKM dan aparat desa. Kerangka *design-based research* diterapkan sebagai pendekatan riset terapan yang menjembatani teori dan praktik melalui siklus iteratif perancangan, implementasi, dan evaluasi solusi desain (Utami et al., 2022; Utami Pramono, & Wibowo, 2022). Pendekatan ini memungkinkan terjadinya alih pengetahuan secara langsung, sekaligus meningkatkan kapasitas pelaku UKM dalam memahami desain berpusat pada pengguna dan inovasi kemasan yang berkelanjutan (Norman, 2023). Dengan demikian, metode ini tidak hanya menghasilkan luaran berupa inovasi kemasan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana alih pengetahuan, peningkatan kapasitas, dan penguatan kemandirian pelaku UKM di Desa Cipagalo.

Desain Penelitian

Program ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif berbasis desain (*design-based research*), yang mengintegrasikan pendekatan partisipatif dan riset aksi berbasis komunitas untuk menjawab tantangan sosial-ekonomi yang dihadapi Desa Cipagalo. *Design-Based Research* (DBR) dinilai sangat tepat untuk intervensi yang bertujuan menjembatani kerangka teoretis dengan implementasi praktis melalui siklus iteratif yang meliputi proses penelusuran masalah, perumusan gagasan, pengembangan, serta penerapan kontekstual.

Konteks Penelitian dan Partisipan

Kegiatan lapangan dilaksanakan di Desa Cipagalo, Kecamatan Bojongsoang, Kabupaten Bandung—wilayah yang dikenal memiliki tradisi kuliner yang kuat serta aktivitas kewirausahaan mikro yang dinamis. Program ini melibatkan para pemangku kepentingan utama, antara lain produsen Pindang Ciganitri, perajin lokal, pelaku industri kemasan, praktisi pemasaran digital, serta tokoh masyarakat. Keterlibatan mereka secara berkelanjutan sepanjang proses program menjamin relevansi kultural sekaligus penerapan praktis dari solusi yang dikembangkan.



Gambar 1. Diskusi dengan Representatif UKM Pindang Ciganitri, Desa Cipagalo



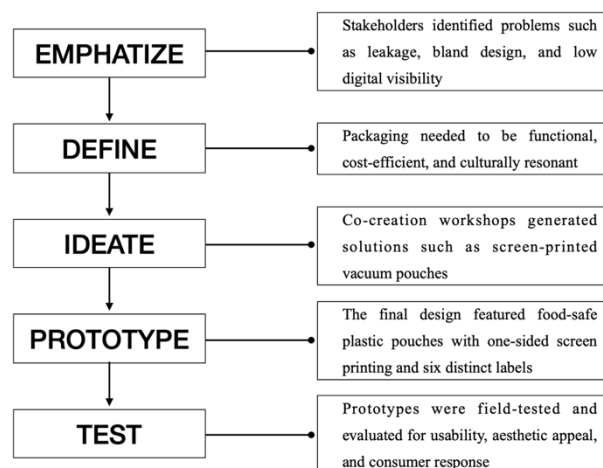
Gambar 2. Kemasan konvensional ikan bandeng (*milkfish*), tongkol (*mackerel*, tuna), mas (*carp*)

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu: (1) etnografi desain, untuk merekam rutinitas produksi dan praktik-praktik *tacit* yang berkembang di tingkat lokal; (2) wawancara semi-terstruktur dan diskusi kelompok terfokus (*focus group discussions*), guna menggali preferensi estetis serta ekspektasi pelaku dan konsumen terhadap kemasan produk; dan (3) *visual benchmarking*, yang memungkinkan penilaian komparatif dengan produk sejenis di pasar lokal maupun nasional.

Kerangka Pemikiran Desain (*Design Thinking*)

Inovasi kemasan dikembangkan dengan menggunakan metodologi pemikiran desain *design thinking* yang terdiri atas lima tahap utama, yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Kerangka ini memungkinkan proses desain yang berorientasi pada pengguna, reflektif, dan adaptif terhadap kebutuhan kontekstual masyarakat sasaran.



Gambar 3. Kerangka Pemikiran Desain: Desain Kemasan Inovasi Pindang Ciganitri

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil pelaksanaan program pengabdian yang berfokus pada inovasi kemasan Pindang Ciganitri berbasis desain partisipatif. Analisis hasil dikaitkan dengan kajian terkini mengenai kemasan pangan, adopsi digital UKM, dan penciptaan nilai melalui desain untuk menilai efektivitas intervensi yang dilakukan (Hadaś et al., 2024; Rahayu & Day, 2022). Selain itu, bagian ini mengaitkan temuan lapangan dengan kerangka teoretis desain berpusat pada pengguna dan inovasi UKM, sehingga memungkinkan analisis yang komprehensif mengenai efektivitas intervensi desain sebagai strategi penguatan daya saing, literasi desain, dan keberlanjutan usaha UKM perdesaan di Desa Cipagalo.

Identitas Visual dan Diferensiasi

Kemasan baru merefleksikan warisan budaya Cipagalo sekaligus menjawab kebutuhan komersial. Enam desain yang berbeda, masing-masing merepresentasikan varian ikan bandeng, tongkol, tongkol lisong, mas, salem, dan deles, dikembangkan dengan strategi diferensiasi warna dan konsistensi penjenamaan. Informasi gizi, petunjuk penyimpanan, serta asal-usul daerah disampaikan secara jelas untuk memperkuat kredibilitas produk dan kepercayaan konsumen.

Tabel 1. Identitas Visual dan Diferensiasi: Pindang Ciganitri

Jenis Ikan	Dimensi Ikan (±)	Bentuk Olahan	Strategi Diferensiasi Visual
Bandeng (<i>Milkfish</i>)	± 30 cm	Ikan utuh tanpa kuah	<ul style="list-style-type: none"> • Warna merah (#ee3224) • Ilustrasi siluet ikan bandeng • Informasi bahan (<i>ingredients</i>)
Tongkol (<i>Mackerel/Tuna</i>)	± 25×10×6 cm	Ikan utuh tanpa kuah	<ul style="list-style-type: none"> • Warna hijau (#9cc23c) • Ilustrasi siluet ikan tongkol • Informasi bahan (<i>ingredients</i>)
Tongkol Lisong (<i>Darne</i>)	± 30 cm	Ikan utuh tanpa kuah	<ul style="list-style-type: none"> • Warna hijau (#9cc23c) • Ilustrasi siluet ikan tongkol lisong • Informasi bahan (<i>ingredients</i>)
Mas (<i>Carp</i>)	± 10-30 cm	Ikan berkuah	<ul style="list-style-type: none"> • Warna kuning (#fedf00) • Ilustrasi siluet ikan mas • Informasi bahan (<i>ingredients</i>)
Salem (<i>Chub Mackerel</i>)	± 15 cm	Ikan berkuah	<ul style="list-style-type: none"> • Warna merah muda (#f490a3) • Ilustrasi siluet ikan salem • Informasi bahan (<i>ingredients</i>)
Deles	± 10-30 cm	Ikan berkuah	<ul style="list-style-type: none"> • Warna oranye (#f8951e) • Ilustrasi siluet ikan deles • Informasi bahan (<i>ingredients</i>)

Inovasi Terjangkau

Penerapan kemasan plastic vakum dengan cetak saring satu sisi terbukti menurunkan biaya produksi hingga 35% dibandingkan label cetak penuh warna. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa kemasan vakum berkontribusi signifikan terhadap peningkatan umur simpan, higienitas, dan persepsi mutu produk pangan olahan, khususnya produk berbasis ikan (Maryati, 2025; Marsh & Bugusu, 2021). Validasi umur simpan juga mengacu pada pedoman teknis otoritas pangan untuk menjamin keamanan produk (Food Safety Authority of Ireland, 2022). Selain efisiensi biaya, penggunaan material sederhana dengan pendekatan visual yang terkontrol tetap mampu menciptakan nilai tambah dan daya tarik konsumen.

04/07/2025, 07:40

01_CIPAGALO_BOARD.jpg



Gambar 5. Mood Board: Desain Inovasi Kemasan produk Pindang Ciganitri

Konsep desain menekankan pemanfaatan material yang efisien secara biaya tanpa mengurangi daya tarik visual yang direncanakan. Strategi ini diwujudkan melalui beberapa implementasi utama, yaitu: (1) penggunaan kemasan plastik vakum berukuran 15×35 cm dengan teknik cetak saring satu sisi; (2) penerapan skema warna yang cerah dan konsisten untuk membedakan setiap varian ikan; (3) penyertaan ilustrasi siluet sebagai penanda visual yang merepresentasikan masing-masing jenis ikan; serta (4) proses penyegelan menggunakan mesin vakum untuk menjaga kesegaran dan integritas produk, sehingga kemasan siap untuk didistribusikan pada saluran ritel. Pendekatan ini menegaskan bahwa inovasi desain yang terjangkau dapat tetap menghasilkan kemasan yang fungsional, komunikatif, dan bernilai tambah bagi UKM perdesaan.



Gambar 6. Desain Inovasi Kemasan Produk Pindang Cigantri (siap cetak)



Gambar 7. Hasil Akhir Desain Inovasi Kemasan Produk Pindang Cigantri

Pemberdayaan dan Literasi Desain

Diferensiasi visual melalui skema warna dan ilustrasi siluet pada enam varian Pindang Cigantri berperan penting dalam memudahkan identifikasi produk serta memperkuat persepsi profesionalisme. Strategi ini konsisten dengan temuan bahwa desain visual kemasan berpengaruh terhadap niat beli dan persepsi kualitas pada produk pangan tradisional (Hadaś et al., 2024). Lokakarya partisipatif meningkatkan pengetahuan komunitas dalam bidang penjenamaan, komposisi tata letak, dan pembuatan prototipe, serta mendorong pergeseran menuju inovasi berbasis desain di sektor UKM. Untuk memperkaya konteks proses desain, kegiatan pemberdayaan dan alih pengetahuan juga dilakukan melalui konsultasi informal dan diskusi terstruktur dengan perwakilan Desa Cipagalo. Sesi ini memungkinkan anggota komunitas memahami prinsip dasar desain berpusat pada pengguna, pemilihan material, dan inovasi kemasan. Partisipan memperoleh pemahaman tentang bagaimana *design thinking* dapat diterjemahkan ke dalam solusi kemasan yang praktis, sehingga menegaskan peran desain sebagai katalis transformasi produk dan pertumbuhan ekonomi.



Gambar 8. Panduan Desain Inovasi Kemasan Produk Pindang Ciganitri

Daya Tarik Fungsional dan Digital

Integrasi kemasan inovatif dengan kesiapan pemasaran digital membuka peluang pengembangan distribusi berbasis *omnichannel*. Platform digital memungkinkan produk lokal menjangkau pasar yang lebih luas sekaligus memperkuat narasi produk berbasis asal-usul dan nilai budaya (Täuscher & laudien, 2021; Hadaś, 2024). Selain itu, proses pendampingan meningkatkan literasi desain dan kepercayaan diri pelaku UKM dalam mengembangkan produk secara berkelanjutan (Sari & Nugroho, 2023)

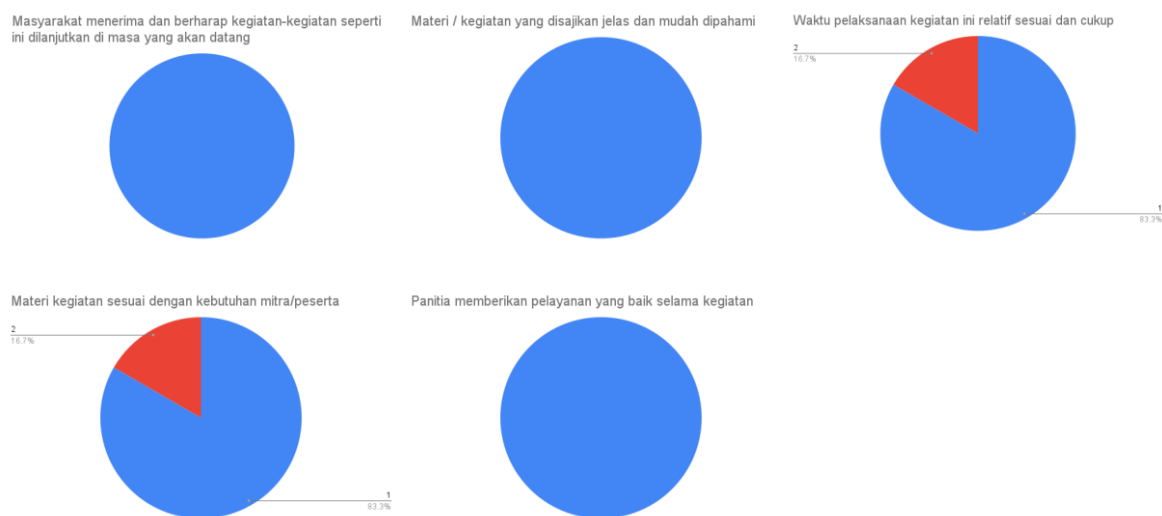
Pengujian konsumen mengonfirmasi peningkatan kemudahan penanganan, persepsi kesegaran, serta preferensi terhadap fitur kemasan yang dapat ditutup kembali. *Mock-up* daring menunjukkan tingkat keterlibatan pengguna yang tinggi, khususnya ketika kode QR digunakan untuk menghubungkan konsumen dengan narasi asal-usul produk. Keberhasilan desain fungsional dan integrasinya ke dalam platform digital menyoroti peluang untuk eksplorasi lanjutan. Pada fase berikutnya, aspek-aspek ini akan menjadi fokus utama pengembangan program dan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Pekerjaan lanjutan akan mendalami bagaimana desain dapat mengoptimalkan kegunaan produk di berbagai lingkungan ritel serta meningkatkan teknik *digital storytelling* yang memperkuat keterhubungan antara produk dan konsumen. Inisiatif berkelanjutan ini bertujuan menskalakan model inovasi kemasan dan memperluas kapasitas komunitas dalam integrasi desain digital.

Validasi

Inovasi kemasan dikembangkan dengan menggunakan metodologi *design thinking* yang terdiri atas lima tahap utama, yaitu *emphasize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* (Norman, D.A., 2023). Kerangka ini memungkinkan proses desain yang berorientasi pada pengguna, reflektif, dan adaptif terhadap kebutuhan kontekstual masyarakat sasaran. Umpan balik dari komunitas semakin menegaskan penerimaan positif terhadap inisiatif ini. Mayoritas partisipan menyatakan kepuasan terhadap relevansi serta pelaksanaan program. Secara khusus, sebanyak 83,3% responden menyampaikan bahwa materi yang diberikan selaras dengan kebutuhan mereka, serta waktu pelaksanaan kegiatan dinilai tepat dan memadai. Lebih lanjut, 100% responden menegaskan bahwa seluruh sesi disampaikan secara jelas, mudah dipahami, dan didukung oleh tim pelaksana yang profesional serta komunikatif sepanjang kegiatan. Selain itu, seluruh responden menyatakan kesediaan yang kuat untuk mendukung keberlanjutan inisiatif serupa di masa mendatang, yang menunjukkan tingginya persepsi nilai terhadap kolaborasi berkelanjutan dan penguatan kapasitas melalui intervensi desain berbasis komunitas.

Luaran desain selanjutnya diuji coba di pasar-pasar tradisional di wilayah Kabupaten Bandung dan memperoleh respons yang secara konsisten positif, baik dari pedagang maupun konsumen. Para

pemangku kepentingan mengapresiasi kualitas kemasan yang higienis, tingkat kesegaran yang terjaga melalui sistem vakum, daya tarik visual, serta kemudahan dalam penanganan dan distribusi. Karakteristik tersebut berkontribusi pada peningkatan persepsi terhadap kualitas produk dan profesionalisme produsen. Sementara itu, peluncuran kemasan pada platform *e-commerce* dan Instagram masih berada dalam tahap persiapan. Penundaan ini disebabkan oleh proses administratif serta kebutuhan akan persetujuan resmi dari Kepala Desa Cipagalo. Saat ini, tim program tengah berkoordinasi dengan pihak pemerintah desa untuk memenuhi persyaratan regulasi dan penyiapan aspek bisnis digital yang diperlukan guna memperluas jangkauan pemasaran Pindang Ciganitri ke pasar daring. Proses ini akan menjadi komponen penting dalam program tindak lanjut dan kegiatan pendampingan masyarakat pada tahap berikutnya.



Gambar 4. Hasil Kuesioner Kepuasan Pengguna (*stake holder*) terhadap kegiatan Pengabdian Masyarakat

Implikasi bagi UKM

Kasus Pindang Ciganitri menunjukkan bagaimana inovasi desain yang terjangkau dan berakar pada komunitas dapat menjembatani kesenjangan antara kerajinan tradisional dan tuntutan pasar modern yang terus berkembang. Integrasi metode desain partisipatif memastikan bahwa inovasi tetap berlandaskan budaya lokal sekaligus meningkatkan kegunaan dan daya jual produk. Pendekatan ini tidak hanya melestarikan warisan setempat, tetapi juga memungkinkan UKM tetap kompetitif di ekosistem ritel luring maupun digital. Lebih lanjut, metodologi dan luaran proyek ini bersifat replikatif bagi UKM perdesaan lainnya yang ingin merevitalisasi produk tradisional dan mendiversifikasi basis pelanggan. Dengan mengadopsi solusi kemasan berbiaya rendah namun berdampak tinggi, seperti plastik vakum dengan cetak saring satu sisi, UKM dapat menekan biaya produksi tanpa mengorbankan estetika maupun fungsionalitas. Model ini mendukung ketahanan kewirausahaan melalui peningkatan visibilitas, perluasan saluran distribusi, serta penguatan narasi produk melalui praktik desain yang mudah diakses. Proyek ini juga menunjukkan bahwa kolaborasi strategis antara institusi akademik, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan komunitas dapat mempercepat siklus inovasi dan menumbuhkan budaya desain yang berkelanjutan. Dengan demikian, program ini menawarkan kerangka kerja yang dapat diskalakan untuk pengembangan UKM perdesaan, sekaligus menegaskan pentingnya desain sebagai katalis pertumbuhan ekonomi inklusif dan pemberdayaan komunitas yang berkelanjutan.



Gambar 9. Presentasi Desain Inovasi Kemasan Produk Pindang Ciganitri kepada Kepala Desa Cipagalo dan Perwakilan dari UKM

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa desain partisipatif dan design-based research mampu menghasilkan inovasi kemasan yang terjangkau, higienis, dan kontekstual, sekaligus meningkatkan literasi desain dan kapasitas pelaku UKM pedesaan. Dengan memanfaatkan kemasan sebagai instrumen strategis penciptaan nilai, UKM pangan tradisional memiliki peluang lebih besar untuk beradaptasi dengan tuntutan pasar modern dan ekosistem digital (Aprilianti, 2025; Norman, 2023). Keberhasilan implementasi kemasan plastik vakum dengan cetak saring satu sisi pada enam varian.

Pindang Ciganitri menegaskan bahwa inovasi desain mampu secara simultan menjawab aspek identitas produk, kinerja fungsional, dan kelayakan ekonomi. Penerimaan positif di pasar tradisional memberikan informasi efektivitas kemasan dalam meningkatkan daya tarik rak, higienitas, serta kepercayaan konsumen. Meskipun integrasi ke dalam platform e-commerce masih berlangsung akibat tahapan administratif dan proses perizinan, fase ini tetap menjadi lintasan strategis yang krusial untuk implementasi lanjutan dan acuan skala program. Selain itu, kolaborasi dengan aparat desa dan anggota komunitas tidak hanya memfasilitasi pelaksanaan teknis proyek, tetapi juga mendorong peningkatan kesadaran dan literasi desain melalui proses berbagi pengetahuan secara informal. Program ini di kemudian hari akan membuka peluang penelitian dan pengabdian lanjutan terkait peran kemasan fungsional dalam konteks ritel *omnichannel*, serta pengembangan berkelanjutan strategi digital storytelling. Capaian tersebut menegaskan nilai desain yang lebih luas sebagai penggerak inovasi inklusif dan pemberdayaan komunitas dalam ekosistem kewirausahaan pedesaan.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Telkom University atas dukungan pendaan melalui Skema Teknologi Tepat Guna, yang memungkinkan terselenggaranya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Ucapan terima kasih khususnya juga disampaikan kepada Bapak H. Asep Sobari, Kepala Desa Cipagalo, atas fasilitas dan dukungan berkelanjutan selama pelaksanaan program.

6. DAFTAR PUSTAKA

Aprilianti, D. (2025). Adoption and Use of Digital Marketing Tools among Food and Beverage Micro, Small, and Medium Enterprises in Indonesia. *JIMKES: Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(4), 2899-2908. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i4.3687>

Food Safety Authority of Ireland. (2022). *Guidance note no. 18: Validation of product shelf-life* (Revision 5).

chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.fsai.ie/getmedia/807ea744-3270-4d94-8a63-f101ad71190a/guidance-note-44-food-safety-culture.pdf?ext=.pdf

- Hadaś, Ł., Domański, R., Wojciechowski, H., Majewski, A., & Lewandowicz, J. (2024). The role of packaging in sustainable omnichannel retail: Consumer perception and value creation. *Sustainability*, *16*(6), 2231. <https://doi.org/10.3390/su16062231>
- Ketelsen, M., Janssen, M., & Hamm, U. (2021). Consumers' response to environmentally-friendly food packaging. *Food Quality and Preference*, *89*, 104134. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.104134>
- Marsh, K., & Bugusu, B. (2021). Food packaging—Roles, materials, and environmental issues. *Journal of Food Science*, *86*(1), 1-12. <https://doi.org/10.1111/1750-3841.15543>
- Maryati, M. (2025). Effect of Vacuum and Non-Vacuum Packaging Combined with Cold Storage on the Shelf Life of Smoke Komo Mackerel (*Etuhynnus Affinis*). *Nekton: Jurnal Perikanan Tropis*, *7*(1).
- Norman, D. A. (2023). *Design for a better world: Meaningful, sustainable, humanity-centered design*. MIT Press.
- Pranata, N., Soekarni, M., Mychelisda, E., Novandra, R., Nugroho, A. E., Rifai, B., Buhaerah, P., Zulhamdani, M., & Yuliana, R. R. D. (2022). Technology Adoption Issues and Challenges for Micro, Small and Medium Enterprises: A Case Study of the Food and Beverage Sub-Sector in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, *9*(3), 265-274. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no3.0265>
- Rundh, B. (2022). Packaging design: Creating competitive advantage for food products. *British Food Journal*, *124*(6), 1911-1927. <https://doi.org/10.1108/BJFJ-10-2021-1102>
- Sari, D. P., & Nugroho, A. (2023). Pengembangan kemasan produk pangan lokal berbasis desain partisipatif untuk UMKM perdesaan. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, *8*(2), 145-154.
- Täuscher, K., & Laudien, S. M. (2021). Platform business models and value creation in digital marketplaces: A longitudinal mixed-methods study. *European Management Journal*, *39*(3), 363-374. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2020.11.002>
- Utami, L. A., Lechner, A. M., Permanasari, E., Purwandaru, P., & Ardianto, D. T. (2022). Participatory Learning and Co-Design for Sustainable Rural Living: Supporting the Revival of Indigenous Values and Community Resiliency in Indonesia. *Land*, *11*(9), Article 1597. <https://doi.org/10.3390/land11091597>
- Utami, N., Pramono, S., & Wibowo, A. (2022). Participatory design approach in developing local food packaging for rural SMEs in Indonesia. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, *1053*(1), 012045. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/1053/1/012045>