

# Kemitraan Masyarakat-Industri: Menggali Potensi Pemasaran 'Kerupuk Ikan' melalui Peningkatan Packaging dan Branding di Desa Sembunganyar, Gresik

Sumiati<sup>1</sup>, Nur Rahmawati<sup>1</sup>, Sinta Dewi<sup>1</sup>, Kinanti Resmi Hayati<sup>2\*</sup>, Fitriatus Sholeha<sup>1</sup>,  
dan Albertus Adriyanto<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Teknik Industri, Universitas Pembangunan National "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

<sup>2</sup>Bahasa Inggris untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional, Universitas Pembangunan National "Veteran"  
Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

**Abstrak**—Kerupuk ikan adalah produk lokal yang telah lama menjadi sumber pendapatan bagi sebagian besar penduduk desa. Namun, seperti banyak produk lokal, kerupuk ikan sering menghadapi tantangan dalam meningkatkan pemasaran dan daya saingnya di pasar yang semakin kompetitif. Desa Sembunganyar, meskipun memiliki potensi besar dalam produksi kerupuk ikan, perlu mengambil tindakan yang tepat untuk meningkatkan pemasaran produk mereka. Peningkatan pemasaran kerupuk ikan melalui perbaikan packaging (kemasan) dan branding (pencitraan merek) adalah langkah yang mendasar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan pemasaran produk kerupuk ikan di Desa Sembunganyar, Gresik, dengan fokus pada perbaikan packaging dan branding. Pentingnya penelitian ini terletak pada peningkatan pemasaran produk lokal yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Sembunganyar. Selain itu, perbaikan packaging dan branding juga akan memberikan nilai tambah bagi produk kerupuk ikan, menciptakan citra merek yang lebih kuat, dan memungkinkan produk lokal bersaing secara lebih efektif di pasar.

**Kata kunci:** Packaging, Branding, Kerupuk Ikan.

## 1. PENDAHULUAN

Industri kerupuk ikan memiliki peran penting dalam perekonomian Desa Sembunganyar, Gresik. Kerupuk ikan adalah produk lokal yang telah lama menjadi sumber pendapatan bagi sebagian besar

---

\*Correspondence:

Kinanti Resmi Hayati

E-mail: [kinantihayati.ti@upnjatim.ac.id](mailto:kinantihayati.ti@upnjatim.ac.id)

penduduk desa [1]. Namun, seperti banyak produk lokal, kerupuk ikan sering menghadapi tantangan dalam meningkatkan pemasaran dan daya saingnya di pasar yang semakin kompetitif [2]. Desa Sembunganyar, meskipun memiliki potensi besar dalam produksi kerupuk ikan, perlu mengambil tindakan yang tepat untuk meningkatkan pemasaran produk mereka. Peningkatan pemasaran kerupuk ikan melalui perbaikan packaging (kemasan) dan branding (pencitraan merek) adalah langkah yang mendasar [3]. Packaging yang menarik dan branding yang efektif dapat membantu produk lokal menonjol di pasar dan memperkuat citra merek mereka [4]. Namun, perbaikan ini sering kali memerlukan pengetahuan dan sumber daya yang mungkin tidak tersedia bagi produsen kerupuk ikan lokal di Desa Sembunganyar. Oleh karena itu, pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memfasilitasi kerjasama antara peneliti, produsen kerupuk ikan, dan komunitas lokal untuk menggali potensi pemasaran kerupuk ikan melalui perbaikan packaging dan branding.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan pemasaran produk kerupuk ikan di Desa Sembunganyar, Gresik, dengan fokus pada perbaikan packaging dan branding. Langkah-langkah konkret mencakup memberikan pelatihan kepada produsen kerupuk ikan dalam desain kemasan yang menarik, mengembangkan strategi branding yang sesuai, dan mengadakan lokakarya praktis untuk mengimplementasikan perubahan ini [5]. Kami juga akan melakukan evaluasi dampak dari perubahan ini terhadap penjualan produk dan kesejahteraan komunitas produsen.

Pengabdian masyarakat ini menerapkan pendekatan kemitraan masyarakat-industri yang kuat. Kolaborasi antara peneliti, produsen kerupuk ikan, dan komunitas lokal dianggap sebagai landasan utama dalam pencapaian tujuan penelitian ini. Kemitraan ini akan memungkinkan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh peneliti digabungkan dengan pemahaman mendalam produsen kerupuk ikan tentang produk mereka dan kebutuhan lokal. Dengan demikian, pengabdian masyarakat ini akan menciptakan kesempatan nyata untuk memberdayakan komunitas lokal dalam pengembangan produk mereka dan meningkatkan kesejahteraan mereka. Pentingnya penelitian ini terletak pada peningkatan pemasaran produk lokal yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Sembunganyar. Selain itu, perbaikan packaging dan branding juga akan memberikan nilai tambah bagi produk kerupuk ikan, menciptakan citra merek yang lebih kuat, dan memungkinkan produk lokal bersaing secara lebih efektif di pasar.

## 2. METODE

Diskusi dan wawancara dengan produsen 'Kerupuk Ikan' serta pemangku kepentingan lokal dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang masalah-masalah yang perlu diatasi. Setelah mengidentifikasi masalah dan kebutuhan komunitas, kami membangun kemitraan yang kuat dengan produsen 'Kerupuk Ikan' dan anggota komunitas setempat. Hal ini melibatkan pertemuan dan diskusi intensif untuk memastikan bahwa komunitas terlibat secara aktif dalam semua tahapan proyek. Kami menyusun pelatihan intensif mengenai desain kemasan yang menarik dan strategi branding yang

---

\*Correspondence:

**Kinanti Resmi Hayati**

E-mail: [kinantihayati.ti@upnjatim.ac.id](mailto:kinantihayati.ti@upnjatim.ac.id)

efektif [6]. Para peserta termasuk produsen 'Kerupuk Ikan' dan anggota komunitas yang berminat untuk terlibat dalam perbaikan produk. Setelah pelatihan dan pengembangan strategi, kami mendukung produsen 'Kerupuk Ikan' dalam menerapkan perubahan pada kemasan produk mereka sesuai dengan desain yang baru [7]. Kami juga membantu mereka dalam mengganti label merek dan materi promosi yang diperlukan [8].

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 UMKM Desa Sembunganyar Gresik

Sebelum pengabdian masyarakat dimulai, kami melakukan analisis awal tentang kondisi pemasaran produk 'Kerupuk Ikan' di Desa Sembunganyar. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar produsen 'Kerupuk Ikan' di desa menghadapi beberapa kendala, antara lain:

- Kemasan yang kurang menarik dan kurang informatif, sehingga tidak mampu menarik perhatian konsumen.
- Kurangnya identitas merek yang kuat yang dapat membedakan produk 'Kerupuk Ikan' lokal dari produk serupa di pasar.
- Terbatasnya pengetahuan tentang strategi branding dan pemasaran yang efektif di kalangan produsen.

#### 3.2 Perbaikan Packaging

Dalam tahap pertama pengabdian masyarakat, produsen 'Kerupuk Ikan' di Desa Sembunganyar diberikan pelatihan dalam desain kemasan yang menarik. Hasil pelatihan ini mencakup penggunaan warna yang kontras karena warna yang kuat dan mencolok pada kemasan dapat menarik perhatian konsumen di rak-rak toko dan membuat produk lebih terlihat. Kemudian gambar yang mencerminkan produk seperti gambar ikan, kerupuk, atau bahan-bahan utama yang digunakan dalam produk dapat ditempatkan pada kemasan untuk memberikan gambaran yang jelas kepada konsumen tentang produk yang mereka beli. Selain itu, menyediakan informasi yang jelas tentang produk, seperti nama merek, nama produk, berat, tanggal kadaluarsa, dan informasi nutrisi jika relevan. Ini membantu konsumen membuat keputusan yang lebih baik saat membeli produk. Perubahan ini nantinya mengarah pada peningkatan daya tarik visual produk 'Kerupuk Ikan' di rak-rak toko.



**Gambar 1.** Packaging dan branding sebelum pelatihan

---

\*Correspondence:

**Kinanti Resmi Hayati**

E-mail: [kinantihayati.ti@upnjatim.ac.id](mailto:kinantihayati.ti@upnjatim.ac.id)



**Gambar 2.** Packaging dan branding setelah pelatihan

### 3.3 Strategi Branding yang Tepat

Melalui pelatihan intensif, kami membantu komunitas produsen 'Kerupuk Ikan' untuk mengidentifikasi kebutuhan dalam perbaikan packaging. Hasilnya adalah desain kemasan yang lebih menarik dan informatif. Kemasan yang ditingkatkan mencakup gambar ikan yang lebih besar, informasi produk yang jelas, tanggal produksi yang tertera, dan instruksi penyimpanan yang benar. Dengan perbaikan ini, konsumen dapat lebih mudah mengenali dan memilih produk 'Kerupuk Ikan' dari Desa Sembunganyar. Kami bersama komunitas produsen juga mengembangkan strategi branding yang sesuai untuk produk 'Kerupuk Ikan'. Ini melibatkan mengidentifikasi nilai-nilai produk yang unik, seperti metode tradisional pembuatan, bahan-bahan alami, dan kualitas premium. Selain itu, kami juga membantu dalam pembuatan logo merek yang mencerminkan nilai-nilai ini dan menciptakan citra produk yang lebih kuat dan konsisten..

- Pengembangan Citra Merek: Dengan memahami karakteristik produk 'Kerupuk Ikan' dan cerita di baliknya, kami membantu komunitas produsen dalam mengembangkan citra merek yang kuat. Ini mencakup pemberian merek produk dan kampanye promosi yang berfokus pada kualitas dan tradisi.
- Peningkatan Kesadaran Merek: Strategi branding yang terkoordinasi membantu dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang merek 'Kerupuk Ikan' ini. Hasilnya adalah bahwa konsumen mulai mengidentifikasi produk ini sebagai merek lokal berkualitas.



**Gambar 3.** Desain Packaging

\*Correspondence:

**Kinanti Resmi Hayati**

E-mail: [kinantihayati.ti@upnjatim.ac.id](mailto:kinantihayati.ti@upnjatim.ac.id)

### 3.4 Dampak Terhadap Komunitas Produsen

Hasil dari perubahan packaging dan branding ini tidak hanya dirasakan di tingkat penjualan, tetapi juga memberikan dampak positif pada komunitas produsen 'Kerupuk Ikan' di Desa Sembunganyar.

- Peningkatan Pendapatan: Penjualan yang meningkat menghasilkan peningkatan pendapatan bagi komunitas produsen. Mereka melaporkan peningkatan pendapatan secara signifikan, yang membantu meningkatkan kesejahteraan komunitas.
- Pemberdayaan Komunitas: Proses kemitraan dan pelatihan memperkuat keterlibatan komunitas dalam upaya pemasaran dan branding. Mereka merasa lebih percaya diri dan memiliki peran aktif dalam mempromosikan produk mereka

### 3.5 Peningkatan Kesadaran Masyarakat Lokal

Implementasi perubahan packaging dan branding juga berhasil dalam meningkatkan kesadaran masyarakat lokal tentang produk 'Kerupuk Ikan'. Masyarakat mulai mengidentifikasi produk ini sebagai produk lokal yang berkualitas dan mulai berbicara tentang merek tersebut. Efek Positif Terhadap Pemasaran Lokal: Lebih banyak toko dan warung lokal mulai memasukkan produk 'Kerupuk Ikan' dalam inventaris mereka karena permintaan yang meningkat. Ini menciptakan efek positif dalam pemasaran lokal produk ini.

## 4. KESIMPULAN

Hasil pengabdian masyarakat ini menggambarkan betapa pentingnya kemitraan antara peneliti, produsen, dan komunitas lokal dalam upaya meningkatkan pemasaran dan branding produk lokal seperti 'Kerupuk Ikan'. Perubahan packaging dan strategi branding yang efektif menghasilkan peningkatan penjualan yang signifikan, peningkatan pendapatan bagi komunitas produsen, dan peningkatan kesadaran masyarakat tentang produk ini. Selain itu, produk 'Kerupuk Ikan' kini memiliki citra merek yang kuat yang dapat membedakannya dalam pasar yang semakin kompetitif. Kesimpulannya adalah bahwa kolaborasi yang erat antara peneliti, produsen, dan komunitas lokal adalah kunci dalam pengembangan produk dan pemasaran yang lebih baik untuk produk lokal. Diharapkan bahwa upaya ini akan menjadi landasan untuk perbaikan lebih lanjut dalam pemasaran produk 'Kerupuk Ikan' dan produk serupa di daerah ini serta dapat dijadikan contoh bagi pengabdian masyarakat serupa di wilayah lain.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pemerintah Desa Sembunganyar Kabupaten Gresik, Bapak Ibu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Bapak Ibu pemateri dan Dosen beserta mahasiswa Teknik industri UPN "Veteran" Jawa Timur, serta pihak masyarakat yang telah ikut berpartisipasi sehingga program ini dapat berjalan dengan baik dan lancar.

---

\*Correspondence:

**Kinanti Resmi Hayati**

E-mail: [kinantihayati.ti@upnjatim.ac.id](mailto:kinantihayati.ti@upnjatim.ac.id)

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hadi, Dwi Prasetyo; Nugraha, Aryan Eka Prastyana; Sutrisno, Sutrisno. Analisis Kesiapan Desa Vokasi Berbasis Potensi Industri Lokal Desa Morodemak. *Soedirman Economics Education Journal*, [S.l.], v. 3, n. 2, p. 1-9, oct. 2021. ISSN 2686-6277. Available at: <<http://jos.unsoed.ac.id/index.php/seej/article/view/4825>>. Date accessed: 30 oct. 2023. doi: <https://doi.org/10.32424/seej.v3i2.4825>.
- [2] Setiajatnika, E. ., & Dwi Astuti, Y. . (2022). Potensi Produk Unggulan Daerah dan Strategi Pengembangannya di Kabupaten Kepulauan Aru. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 97–114. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i1.1243>.
- [3] Hendro, O., Fitriah, W., & Kosim, B. (2021). Penerapan Kualitas dan Kemasan Pada Usaha Kerupuk di Desa Lumpatan Sekayu. *Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 150-164. <https://doi.org/10.47747/pengabdiankepadamasyarakat.v1i1.146>
- [4] Erlyana, Y. (2019). Pengaruh Desain Kemasan Produk Lokal Terhadap Minat Beli Menggunakan Model View: Studi Kasus Keripik Maicih. *Senada (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi)*, 2, 302-308. Retrieved from <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/203>
- [5] Jamalia Permata Sari. (2023). Pendampingan Pemasaran Digital untuk Peningkatan Branding UMKM di Desa Pematang Johar. *Jurnal Nusantara Berbakti*, 1(4), 154–161. <https://doi.org/10.59024/jnb.v1i4.255>
- [6] Prakoso, H. A., Sugiharto, A., & Septia, E. D. (2021). Pendampingan Re-Branding Produk Kopi Kelompok Tani Harapan Desa Amadanom. *Masyarakat Berdaya Dan Inovasi*, 2(1), 39–50. <https://doi.org/10.33292/mayadani.v2i1.50>
- [7] Agustin, D. (2021). Pelatihan Desain Kemasan Produk Olahan Bandeng di Desa Sawohan Sidoarjo. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 200-208. <https://doi.org/10.24036/abdi.v3i2.125>
- [8] Suwarsi, A. A., Satyarini, J. N. E., Hayati, S. R., Sharfina, A. G., & Anggraeni, A. (2021). Inovasi Produk Pengrajin Gerabah di Dusun Jetis, Panjanglejo, Pundong Bantul Yogyakarta: Innovation Product of Pottery Crafts in Jetis, Panjanglejo, Pundong Bantul Yogyakarta. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 197–205. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v6i2.1726>