



**DESAIN KEMASAN DALAM MEMAKSIMALKAN PENJUALAN  
KELENGKENG ITOH UNTUK MEMBANGUN CITRA PRODUK DI DESA  
WISATA SEBORO**

***PACKAGING DESIGN IN MAXIMIZING SALES OF ITOH LONGAN TO  
BUILD PRODUCT IMAGE IN SEBORO TOURISM VILLAGE***

**Yayan Suherlan<sup>1\*</sup>, Alif Fadhlil Nurfitrianto<sup>2</sup>, Anyali Ersi Yatofa<sup>3</sup>, Cahyo Ramadhani Wija  
Drestanta<sup>4</sup>, Clarashinta Kusuma<sup>5</sup>, Dyah Ayu Ratna Azzahra<sup>6</sup>, Exit Sonia Akbar<sup>7</sup>,  
Khuszaimah Anggraheni Nur Amalia<sup>8</sup>, Muthoha Bagas Garin Yurianto<sup>9</sup>, Mutiara  
Nugrahita<sup>10</sup>, Yatika Ardzillah<sup>11</sup>**

<sup>1-11</sup>Universitas Sebelas Maret

\*Email Koresponden: yayansuherlan@staff.uns.ac.id

Article Info

Article history :

Received : 26-08-2024

Revised : 31-08-2024

Accepted : 02-09-2024

Published : 04-09-2024

**Abstract**

*This article explores the implementation of the Thematic Community Service Program (KKN) with the theme of Tourism Development, Village Administration, and MSMEs in Seboro Village on the importance of packaging design to build a positive product image among consumers. This activity aims to provide education to longan farmers to maximize sales. The program implementation method consists of four stages, namely: 1) identification of problems and needs of partners, 2) design of packaging design, 3) training and assistance in the application of packaging design, and 4) evaluation and monitoring of activities. Through this program, it is expected to increase partners' understanding and skills in managing product packaging, increase sales of itoh longan products, and build a more positive product image in the eyes of consumers. Overall, this program is expected to have a positive impact on the business development of itoh longan farmers in Seboro Tourism Village.*

**Keywords : Packaging Design, Product Image, Tourism Village**

**Abstrak**

Artikel ini mengeksplorasi pelaksanaan program Kerja Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik dengan tema Pengembangan Pariwisata, Administrasi Desa, dan UMKM di Desa Seboro yaitu mengenai pentingnya desain kemasan untuk membangun citra produk yang positif di kalangan konsumen. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada petani kelengkeng guna memaksimalkan penjualan. Metode pelaksanaan program terdiri dari empat tahap, yaitu: 1) identifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra, 2) perancangan desain kemasan, 3) pelatihan dan pendampingan dalam penerapan desain kemasan, serta 4) evaluasi dan monitoring kegiatan. Melalui program ini, diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra dalam mengelola kemasan produk, meningkatkan penjualan produk kelengkeng itoh, serta



membangun citra produk yang lebih positif di mata konsumen. Secara keseluruhan, program ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi pengembangan usaha petani kelengkeng itoh di Desa Wisata Seboro.

**Kata Kunci : Desain Kemasan, Citra Produk, Desa Wisata**

## **PENDAHULUAN**

Kemasan merupakan salah satu elemen kunci dalam industri pangan. Menurut Kotler dan Keller (2016), kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang penting. Kemasan yang efektif dapat meningkatkan daya tarik produk, mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dan memperkuat identitas merek. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa desain kemasan memiliki peran signifikan dalam memaksimalkan penjualan dan membangun citra produk yang positif (Silayoi & Speece, 2007). Elemen-elemen dalam desain kemasan, seperti visual, informasi, serta bahan dan ukuran, dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku pembelian konsumen. Menurut (Apriyanti, 2018), desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Sejalan dengan itu, penelitian oleh (Ischen et al., 2022) menunjukkan bahwa kemasan yang mencerminkan kesadaran lingkungan juga dapat memperkuat citra produk di mata konsumen yang peduli terhadap isu-isu keberlanjutan.

Kelengkeng Itoh merupakan salah satu komoditas unggulan di Desa Wisata Seboro, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Kelengkeng itoh adalah jenis kelengkeng yang memiliki banyak sekali keunggulan. Kelengkeng itoh mampu berbuah hingga 100kg dalam satu kali panen. Masa panen buah kelengkeng itoh pun dapat diatur sedemikian rupa sehingga petani dapat memanennya seeuai dengan keinginan petani itu sendiri maupun keinginan dari konsumen. Dengan ciri khas buah yang besar namun berbiji kecil, memiliki cita rasa yang manis dan tekstur yang lembut, kelengkeng itoh menjadi salah satu komoditas unggulan Desa Seboro. Untuk memaksimalkan penjualan kelengkeng itoh dan membangun citra produk yang menarik, desain kemasan memegang peranan penting. Kemasan yang efektif dapat meningkatkan daya tarik produk, mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dan memperkuat identitas brand kelengkeng itoh dari Desa Wisata Seboro. Kemasan yang baik dapat mencerminkan kualitas, keunikan, dan keunggulan produk, serta menjadi media komunikasi antara produsen dan konsumen. Desain kemasan yang efektif dapat menjadi kunci untuk memaksimalkan penjualan dan membangun citra produk yang menarik bagi produk kelengkeng Itoh. Kemasan yang baik tidak hanya dapat meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan memperkuat identitas merek kelengkeng Itoh dari Desa Wisata Seboro.

Penelitian sebelumnya oleh (Silayoi & Speece, 2007) menunjukkan bahwa elemen-elemen dalam desain kemasan, seperti visual, informasi, serta bahan dan ukuran, dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Simmonds dan Spence (2016) juga menemukan bahwa kemasan yang menarik dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Selain itu, penelitian oleh (Kotler & Keller, 2016) mengungkapkan bahwa desain kemasan yang efektif memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

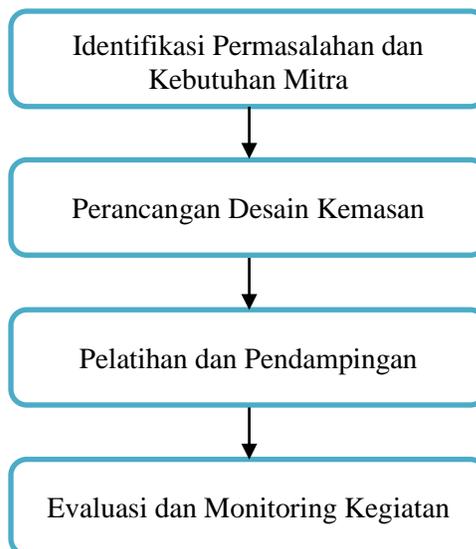


Berdasarkan uraian di atas, program Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini bertujuan untuk memanfaatkan potensi desain kemasan dalam memaksimalkan penjualan kelengkeng Itoh dan membangun citra produk yang menarik di Desa Wisata Seboro. Melalui peningkatan pemahaman, keterampilan, penjualan, serta citra produk, diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi pengembangan usaha petani kelengkeng Itoh di desa tersebut. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, program ini akan dilaksanakan melalui beberapa tahapan, mulai dari identifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra, perancangan desain kemasan, pelatihan dan pendampingan, serta evaluasi dan monitoring. Dengan demikian, diharapkan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi para petani kelengkeng Itoh di Desa Wisata Seboro. Gambar 1 merupakan dokumentasi pelaksanaan edukasi di Aula Embung Selo Asri.

## **METODE PENELITIAN**

Program ini ditujukan kepada petani lokal kelengkeng itoh yang ada di Desa Seboro. Pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari pembekalan, pelaksanaan program, serta penutupan. Metode pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN), diawali dengan tahap identifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra, yaitu para petani kelengkeng itoh di Desa Wisata Seboro. Tim pelaksana akan melakukan wawancara dengan Bapak Parmin selaku petani kelengkeng itoh lokal dan POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) Desa Seboro serta melakukan observasi langsung di lapangan untuk memahami permasalahan yang dihadapi mitra terkait kemasan produk, serta mengidentifikasi kebutuhan mereka dalam meningkatkan desain kemasan. Setelah melakukan identifikasi, tim pelaksana akan merancang desain kemasan kelengkeng itoh yang lebih aman, menarik, dan informatif. Dalam proses perancangan, tim akan mempertimbangkan aspek-aspek penting dalam kemasan produk, seperti desain visual, informasi produk, serta bahan dan ukuran kemasan. Proses perancangan ini akan melibatkan mitra agar dihasilkan desain yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari konsumen.

Selanjutnya, tim pelaksana akan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada para petani kelengkeng itoh dalam menerapkan desain kemasan yang telah dirancang. Kegiatan ini akan mencakup pelatihan pembuatan logo sebagai branding produk, pendampingan dalam penerapan desain, serta edukasi mengenai manajemen kemasan dan pemasaran yang efektif. Tujuannya adalah untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mitra dalam mengelola kemasan produk secara lebih baik. Untuk memastikan keberhasilan program, tim pelaksana akan melakukan evaluasi dan monitoring secara berkala. Kegiatan ini akan mencakup evaluasi dampak program, monitoring implementasi desain kemasan, serta evaluasi keberlanjutan program. Hasil evaluasi dan monitoring ini akan digunakan sebagai bahan masukan untuk perbaikan dan pengembangan program di masa depan. Melalui tahapan-tahapan di atas, diharapkan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi para petani kelengkeng itoh di Desa Wisata Seboro, khususnya dalam meningkatkan penjualan produk dan membangun citra produk yang positif di kalangan konsumen. Alur proses ini dapat dilihat secara jelas dalam diagram alur yang disajikan pada Gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Diagram Alur Pelaksanaan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Wisata Seboro, dapat dilaporkan beberapa hasil yang telah dicapai. Pertama, program ini telah berhasil meningkatkan pemahaman para petani kelengkeng itoh terkait desain kemasan yang efektif. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan, mitra memahami bahwa kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga dapat menjadi daya tarik bagi konsumen serta membangun citra produk yang positif (Ermawati, 2019). Selain itu, tim pelaksana juga telah memberikan pelatihan praktis kepada mitra mengenai teknik pembuatan dan pengemasan produk kelengkeng itoh yang efektif. Kini, para petani memiliki keterampilan yang lebih baik dalam memproduksi kemasan yang sesuai dengan desain yang telah dirancang. Peningkatan keterampilan ini diharapkan dapat membantu mitra dalam menjaga kualitas dan konsistensi produk kelengkeng itoh. Selain peningkatan penjualan, program ini juga berhasil membantu mitra dalam membangun citra produk kelengkeng itoh yang lebih positif di kalangan konsumen. Kemasan yang lebih menarik dan informatif telah memunculkan persepsi konsumen bahwa produk kelengkeng itoh dari Desa Wisata Seboro memiliki kualitas yang lebih baik dan lebih terpercaya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kemasan yang baik dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk (Simmonds & Spence, 2016).



Gambar 1. Pelaksanaan Edukasi Pentingnya Branding dan Packaging untuk Memaksimalkan Potensi Kelengkeng di Desa Seboro

Hasil kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini menunjukkan bahwa desain kemasan memainkan peran penting dalam memaksimalkan penjualan produk dan membangun citra produk yang positif. Sesuai dengan temuan (Widiati, 2020), elemen-elemen dalam desain kemasan, seperti visual, informasi, serta bahan dan ukuran, dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Melalui program ini, tim pelaksana telah berhasil membantu mitra dalam merancang desain kemasan kelengkeng Itoh yang lebih menarik. Kemasan yang memiliki tampilan visual yang apik, dilengkapi dengan informasi produk, serta menggunakan bahan yang berkualitas diharapkan menjadi daya tarik bagi konsumen. Selain itu, desain kemasan yang baik juga telah membantu dalam membangun citra produk yang positif di mata konsumen. Kemasan yang rapi, informatif, dan berkualitas mampu memberikan kesan bahwa produk kelengkeng itoh dari Desa Wisata Seboro memiliki kualitas yang terjamin. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kemasan yang menarik dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk (Yuliani, 2020). Secara keseluruhan, program Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini telah memberikan dampak yang positif bagi para petani kelengkeng itoh di Desa Wisata Seboro. Melalui peningkatan pemahaman, keterampilan, penjualan, serta citra produk, diharapkan mitra dapat terus mengembangkan usahanya dan bersaing secara lebih efektif di pasar. Dengan demikian, peran desain kemasan dalam memaksimalkan penjualan dan membangun citra produk yang menarik telah terbukti memberikan manfaat yang signifikan bagi pengembangan usaha mitra.



Gambar 3. Hasil dari Pelatihan Pembuatan Label pada Kemasan Kelengkeng Itoh



## KESIMPULAN

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik dengan Tema Pengembangan Pariwisata, administrasi, dan UMKM ini diharapkan dapat mencapai tujuan yang diharapkan, salah satunya yaitu memaksimalkan penjualan produk kelengkeng itoh di Desa Wisata Seboro melalui perancangan desain kemasan yang menarik dan informatif, serta membangun citra produk yang positif di kalangan konsumen. Melalui tahapan-tahapan yang sistematis, mulai dari identifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra, perancangan desain kemasan, pelatihan dan pendampingan, serta evaluasi dan monitoring, tim pelaksana berharap dapat memberikan dampak positif bagi pengembangan usaha petani kelengkeng itoh. Dengan peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra dalam mengelola kemasan produk, peningkatan penjualan, serta pembentukan citra produk yang lebih positif, program ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan usaha petani kelengkeng itoh di Desa Wisata Seboro. Diharapkan mitra dapat terus mengembangkan dan menerapkan strategi pengemasan yang efektif dalam rangka meningkatkan daya saing produk di pasaran.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT atas berkah dan rahmat-Nya, sehingga kegiatan program kerja ini dapat berjalan dengan baik. Selin itu, penulis juga ingin menyampaikan apresiasi sebesar-besarnya kepada:

1. UPKKN LPPM Universitas Sebelas Maret yang telah menyediakan fasilitas pelaksanaan kegiatan KKN periode Juli-Agustus 2024.
2. Dosen Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama berjalannya kegiatan KKN ini.
3. Pemerintah Desa Seboro yang telah menyambut baik dan memberikan dukungan penuh terhadap semua kegiatan KKN.
4. Petani Lokal kelengkeng itoh dan POKDARWIS yang hadir dan turut berpartisipasi aktif dalam kegiatan program kerja KKN.
5. Teman-teman Mahasiswa KKN Universitas sebelas Maret Kelompok 123 yang telah memberikan dedikasi penuh demi menyukkseskan kegiatan program kerja selama KKN.
6. Teman-teman Mahasiswa KKN Universitas Sebelas Maret Kelompok 112 yang telah bekerja sama dengan penuh dedikasi dan komitmen dalam menyukkseskan program ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio E-Kons*, 10(1), 20. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>



- Ermawati, E. (2019). Pendampingan Peranan Dan Fungsi Kemasan Produk Dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor. *Empowerment Society*, 2(2), 15–22. <https://doi.org/10.30741/eps.v2i2.459>
- Ischen, C., Meijers, M. H. C., Vandenberg, L., & Smit, E. G. (2022). Seen as Green? Assessing the Salience and Greenness of Environmentally Friendly Packaging Cues. *Journal of Food Products Marketing*, 28(1), 31–48. <https://doi.org/10.1080/10454446.2022.2038757>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Silayoi, P., & Speece, M. (2007). The importance of packaging attributes: a conjoint analysis approach. *European Journal of Marketing*, 41(11). <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/03090560710821279>
- Simmonds, G., & Spence, C. (2016). *Thinking Inside the Box*.
- Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2), 67–76. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>
- Yuliani, R. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan Dan Label Pada Umkm. *Jurnal Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 2(2), 71–76.