

## Program UKM Naik Kelas: Pengembangan Desain Kemasan Camilan Kulit Ikan di Branta Pesisir, Madura

Naufan Noordiyanto<sup>1</sup>, Sayatman Sayatman<sup>2</sup>, Rabendra Yudisthira Alamin<sup>3</sup>,  
Putri Dwiastari<sup>4</sup>, Nugrahardi Ramadhani<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

\*Corresponding author, e-mail: noorbta@gmail.com.

### Abstrak

Usaha Kecil Menengah “Madura Punya Selera” (UKM Mapuse) asal Desa Branta Pesisir, Kecamatan Tlanakan, Kabupaten Pamekasan, Madura, Provinsi Jawa Timur, memproduksi camilan kulit ikan buntal (*Lagocephalus spadiceus*), baik varian mentah-kering, original, dan krispi, namun belum memiliki kemasan yang berdaya saing. Bahkan kerupuk kulit ikan buntal ini terkadang dijual rentengan atau dikemas dalam plastik transparan tanpa atau dengan label sederhana yang dicetak dengan merek Nurika beserta informasi pendukung lainnya. Kendati demikian, produk ini laris/tinggi peminatnya dan dipasarkan hingga ke luar Madura, meski produksinya musiman. Oleh sebab itu, pemilik membutuhkan desain kemasan sebagai bagian dari program branding UKM-nya, agar dikenal, diingat, dan menjangkau pasar lebih luas, guna keberlangsungan hidup usahanya. Pengumpulan data dilakukan dengan visitasi, observasi, pendokumentasian dengan kamera smartphone di dapur produksi, serta mewawancarai pemilik UKM Mapuse. Pengembangan desain kemasan dilakukan mulai dari pengembangan strategi media; pengembangan strategi kreatif-artistik (visual dan verbal); evaluasi dan perbaikan desain, berdasarkan masukan mitra dan kompetensi tim pengabdian; serta pemroduksian purwarupa kemasan. Program Pengabdian kepada Masyarakat Skema Tematik Dana Departemen Desain Komunikasi Visual (DKV) Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) ini dilaksanakan untuk membantu permasalahan UKM Mapuse tersebut dan mendukung misi Pusat Kajian Potensi Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat (PKPDPM) di lingkungan ITS.

**Keyword:** Cemilan; Desain kemasan; Kulit ikan; Madura.

### Abstract

A Small and Medium Enterprise of “Madura Punya Selera” (SME of Mapuse) placed in Branta Pesisir village, Tlanakan, the regency of Pamekasan, Island of Madura, Indonesia, produce skin chips from the pufferfish type *Lagocephalus spadiceus* with its Nurika brandname, but still not have the eye-catching and competitive packaging design yet. Although sold in simple packaging, these chips are highly demanded and marketed outside of Madura, even though the production is seasonal. Thus, the owner needs a new packaging design so that his product will increasingly known, remembered, and reach a wider market, in order to maintain the survival of his business. The data collection was performed through visiting, observing, documenting by a smartphone camera in the Mapuse's kitchen, as well as interviewing the Mapuse owner. Packaging design development was conducted from the development of media strategy; development of creative-artistic strategies (visual and verbal); design evaluation and improvement, based on partner input and service team competence; finalization of digital design of the packaging, then it was printed. This Community Service Program with the Funds of Department of Visual Communication Design, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), was conducted to help the Mapuse UKM problem in designing its product packaging and support the mission of the ITS's Research Center for Regional Potential Studies and Community Empowerment.

**Keywords:** Fish skin; Madura; Packaging design; Snack.

**How to Cite:** Noordiyanto, N. et al. (2023). Program UKM Naik Kelas: Pengembangan Desain Kemasan Camilan Kulit Ikan di Branta Pesisir, Madura. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 93-100.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Share-Alike 4.0 International License. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. ©2023 by author.

## Pendahuluan

Desa Branta Pesisir merupakan desa wilayah pesisir selatan Madura (Selat Madura) yang berada di Kecamatan Tlanakan, Kabupaten Pamekasan, Madura. Desa ini dapat dikatakan sebagai desa nelayan di mana penduduknya cenderung memanfaatkan kekayaan sumber daya pesisir dan laut dalam aktivitas kehidupannya, terutama dalam sektor ekonomi. Berdasarkan informasi dari kepala desa Branta Pesisir (2022), sebanyak 877 (15%) dari 5.817 penduduk berprofesi sebagai nelayan aktif yang melaut. Istri nelayan maupun penduduk yang tidak bekerja sebagai nelayan pun banyak yang melibatkan diri dalam aktivitas produksi dan distribusi produk industri olahan ikan dan hasil laut guna menopang kebutuhan ekonomi keluarga. Berdasarkan informasi dari kepala desa, tidak kurang sebanyak 180 Usaha Kecil Menengah (UKM) di Branta Pesisir aktif memproduksi dan memasarkan ikan laut basah (mentah) dan kering hingga makanan dan masakan olahannya. Tidak hanya itu, tengkulak, restoran/rumah makan, maupun produsen masakan dan makanan olahan ikan dari luar desa maupun Madura umumnya, seperti pabrik kerupuk, kerap mencari bahan baku ikan di desa Branta Pesisir. Oleh karena itu, desa Branta Pesisir dikenal sebagai salah satu sentra industri olahan ikan dan hasil laut di Kabupaten Pamekasan. Bahkan dalam pemberitaan di media cetak dan *online*, seperti *KabarMadura.id* (14 Maret 2021), Branta Pesisir menjadi perhatian Bupati Pamekasan untuk dicanangkan sebagai salah satu desa tematik, “desa pengolah ikan terbaik”, dalam upaya pemberdayaan masyarakat dan pengembangan ekonomi melalui pemanfaatan potensi desa. Hal ini juga didukung oleh sarana dan prasarana seperti pesisir pantai dan laut, perahu dan kapal, dermaga Pelabuhan Kelas III, area penjemuran ikan, *spot* kuliner, Pusat Pelelangan Ikan (PPI), pasar tradisional, sehingga menarik minat warga luar desa Branta Pesisir untuk berkunjung. Dengan kondisi geografis dan aktivitas ekonomi yang demikian, Branta Pesisir memiliki potensi perikanan dan kelautan yang besar.



**Gambar 1. Ikan buntal emas segar (atas kiri), kulit ikan buntal yang dijemur (kanan atas), dan area penjemuran ikan di tepi pantai desa Branta Pesisir, Pamekasan, Madura.**

Berdasarkan observasi dan wawancara awal pada nelayan di Branta Pesisir, hasil tangkapan ikan sepulang dari sekali melaut rata-rata dapat mencapai kisaran 500-1.500 kilogram. Beberapa jenis hewan laut hasil tangkapan nelayan Branta Pesisir yaitu ikan peperek, bloso, kurisi, ekor kuning, bawal hitam, layang, teri, lemuru, kembung, tenggiri, tongkol, cakalang, layur, kerapu, ikan buntal, dan juga cumi-cumi serta rajungan. Di antara ikan tersebut, ikan buntal dan olahannya cenderung menjadi komoditas pangan favorit dan primadona yang diperjualbelikan dan dikonsumsi oleh masyarakat lokal secara turun-temurun. Sebagian pemberitaan di media massa yang mewartakan informasi tentang produk industri olahan ikan buntal pun cenderung mengangkat aktivitas pengolahan di desa Branta Pesisir daripada daerah lainnya di Madura, seperti yang dipublikasikan dalam media *Berita Lima* (19 Maret 2020). Berbeda dengan desa pesisir lain di Pamekasan, ikan buntal banyak dijual mentahan (ikan segar) maupun dijual dalam wujud hasil olahan oleh beberapa produsen makanan di beberapa *spot* di desa Branta Pesisir. Beberapa produk olahan ikan buntal yang dijual (ulang) di luar desa pun biasanya dipasok dari Branta Pesisir atau diproduksi oleh warga desa Branta Pesisir yang tinggal di daerah lain. Di samping itu, ikan buntal cenderung dapat diolah menjadi beragam makanan atau bahan pangan, mulai dari daging (ikan goreng, ikan goreng tepung krispi, pentol/bakso, sosis, nuget, dan dendeng); kulit (kerupuk rambak/kulit ikan dan kerupuk kulit ikan tepung-krispi); hingga tulangnya (digiling menjadi tepung). Olahan ikan buntal, termasuk kulit (kering) sudah dipasarkan di luar Madura. Dari hal tersebut, dapat diketahui, tidak hanya (olahan) ikan basah, olahan ikan kering, seperti kulit ikan buntal, pada dasarnya merupakan cara kreatif masyarakat untuk (bersiap) menghadapi kondisi paceklik. Ketika hasil tangkapan ikan nelayan berkurang, maka: 1) stok ikan basah

berkurang, sehingga masyarakat beralih mengonsumsi olahan ikan kering (di samping lauk lain); atau 2) pendapatan berkurang, sehingga masyarakat menjual olahan ikan kering agar ekonomi terus bergerak.

Ikan buntal (*pufferfish*, famili: *Tetraodontidae*), dalam istilah lokal disebut *té-ponté* (baca: teh-ponteh) atau *laponte*, yang biasa ditangkap, diolah, dan dikonsumsi oleh masyarakat Branta Pesisir hanya jenis ikan buntal emas dengan nama Latin *Lagocephalus spadiceus* (*half-smooth golden pufferfish*) (lihat Gambar 1), bukan jenis buntal lain. Ikan ini memiliki karakteristik kulit halus (*half-smooth*) di sisi atas dan samping dengan corak warna polos abu-kekuningan di tubuh (sisi) atas, paduan gradasi kuning emas di sisi samping tubuh, dan putih disertai duri tipis di bagian sisi bawahnya (lihat Gambar 1). Masyarakat Branta Pesisir umumnya menyukai daging dan kulit ikan ini karena memiliki rasa yang enak dan gurih jika dikonsumsi. Olahan ikan ini unik karena secara umum ikan buntal diisukan beracun, sementara masyarakat sudah terbiasa mengonsumsi buntal emas sejak lama (turun-temurun) tanpa terjadi kasus keracunan atau kematian apa pun. Bahkan aktivitas produksi dan konsumsinya diketahui oleh pihak pemerintah Pamekasan, khususnya [Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Pamekasan \(2020\)](#), serta tidak jarang para pelaku industri produk olahan ikan tersebut mendapatkan pembinaan guna pengembangan usaha. Olahan ikan ini juga menarik perhatian Tim Kementerian Kelautan dan Perikanan - Direktorat Jenderal Pengolahan dan Bina Mutu mengapresiasi agar produk olahan ikan ini berkembang dan memiliki pasar yang lebih luas. Lagipula, bagian ikan buntal yang diolah dan dikonsumsi masyarakat hanyalah daging (*muscle*), kulit, dan tulangnya saja, sementara *jeroan*, seperti insang dan usus dibuang. Berdasarkan penelitian [Yamaguchi et al \(2013\)](#), daging ikan buntal emas ini tidak beracun dan dapat dikonsumsi, mengingat ikan buntal dengan jenis *L. spadiceus* tidak berbahaya (*fish base*) karena dagingnya kurang beracun (tingkat aman, kurang dari 10 µg/g jaringan) ([Santhanam, 2017](#)). Sebagai tambahan, studi toksisitas yang dilakukan oleh [Azman et al \(2014\)](#) mengungkap bahwa konsentrasi Tetrodotoksin kulit ikan buntal di perairan Malaysia sebesar 1,71 µg/g. Dari segi nutrisi, ikan buntal ini mengandung protein ([Rao & Sirisha, 2013](#)) dan asam lemak yang tinggi ([Kosker dkk, 2021](#)). Bahkan di Jepang, ikan buntal adalah makanan populer dan komoditas yang mahal ([Lukasemsuk, 2015](#)).

Berpijak dari ketersediaan bahan baku, peluang pasar, dan keunikan ikan buntal emas sebagai komoditas potensial dari desa Branta Pesisir membuat sebagian masyarakat menjalankan aktivitas ekonominya dengan membuka dan menjadi pemilik Usaha Kecil Menengah (UKM) sebagai pengolah dan pemasar ikan tersebut. Di antara UKM di desa Branta Pesisir yang berfokus dalam pengolahan masakan dan makanan olahan ikan buntal adalah UKM “Madura Punya Selera” atau disingkat Mapuse (selanjutnya disebut UKM Mapuse). Pemilik UKM Mapuse menyadari bahwa potensi hasil laut yang melimpah, terutama ikan buntal, dan budaya konsumsi ikan masyarakat Branta Pesisir perlu ditingkatkan nilai jualnya dengan membuat beraneka olahan ikan daripada hanya semata menjual ikan mentah. Dalam hal ini, UKM Mapuse menjadi mitra dalam Program Pengabdian Masyarakat yang tim pengabdian ajukan.

UKM Mapuse didirikan oleh Nurholis yang memulai usaha produksinya dengan konsep industri rumahan sejak 2016 di Dusun Gilin, Desa Branta Pesisir, Kecamatan Tlanakan, Pamekasan. UKM Mapuse memiliki identitas pelaku usaha atau Tanda Daftar Perusahaan (TDP) berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) 2810210002755 yang diterbitkan oleh Lembaga OSS. Dalam kegiatan ekonomi komunal, UKM Mapuse tergabung dalam Kelompok Pengolah dan Pemasar (Poklaksar) Berkah Tiga Dermaga (Bertiga) dengan 10 orang anggota lainnya di Branta Pesisir; Koperasi Brantanesia Sejahtera Bersama dengan 19 orang anggota lainnya di Branta Pesisir; serta Forum Komunikasi Pengolah dan Pemasar Hasil Laut dan Perikanan Pamekasan dengan 34 orang anggota lainnya se-Kabupaten Pamekasan, guna meningkatkan penjualan produk UKM serta mengikuti kegiatan pembinaan yang diinisiasi oleh pemerintah daerah.



**Gambar 2.** Nurholis pemilik UKM Mapuse, bersama kepala Desa Branta Pesisir dan Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Pamekasan, dalam pengukuhan berdirinya Poklaksar Bertiga, serta foto produk olahan ikan kering yang diproduksinya

Hingga kini, UKM Mapuse memiliki karyawan berjumlah tujuh orang yang diserap dari tetangga sekitar rumah. Namun ketika mendapatkan pesanan yang relatif lebih banyak, pemilik usaha UKM Mapusee memanggil bantuan orang lain, terutama dalam urusan membersihkan dan memotong ikan (filet) dan menggoreng. Omzet rata-rata UKM Mapuse dalam sebulan hanya mencapai Rp.5 juta. Hal ini karena produksi masih dilakukan secara tradisional (manual), baik dari teknologi maupun manajemen, kapasitas produksi kecil (*on demand*/bergantung pesanan) karena modal keuangan terbatas, serta pemasaran (promosi) yang kurang maksimal, dan kemasan apa adanya/ sederhana yang tidak menggugah selera, generik atau tidak unik, mirip dengan kompetitor. Kondisi ini semakin diperburuk dengan pandemi COVID-19 yang berikibat pada menurunnya pesanan dengan pemasukan hanya sekitar Rp. 1,5 juta perbulan.



**Gambar 3. Observasi dan dialog di dapur produksi UKM Mapuse**

Secara umum, UKM Mapuse memproduksi camilan berbasis ikan di bawah merek produk “Nurika” dengan nomor Izin Produk Industri Rumah Tangga (P-IRT) 5.02.3528.02.0015-27 berbahan baku kulit/rambak ikan buntal emas (original dan krispi). Produk-produk masak tersebut dijual dengan harga Rp. 16.000 per 100 gram. Jika ada permintaan, UKM Mapuse juga menjual kulit ikan buntal mentah-kering seharga Rp. 60.000 per kilogram. Produk olahan kulit ikan buntal menjadi prioritas, pemilik membutuhkan desain kemasan karena produk tersebut belum tersentuh ranah desain komunikasi visual (lihat Gambar 3). Apalagi rencana berikutnya, pemilik juga bermaksud mengembangkan varian rasa tambahan, seperti balado dan pedas agar konsumen memiliki banyak pilihan rasa yang digemari, sehingga membutuhkan kemasan yang mengidentifikasi varian rasa produk yang disajikan. Pemilik UKM Mapuse menyadari bahwa kemasan adalah bagian dari program *branding* UKM-nya, agar dikenal, diingat, dan menjangkau pasar lebih luas, terutama untuk memenangkan persaingan pasar, guna keberlangsungan hidup usahanya. Berdasarkan sajian data dan analisis situasi eksisting, diskusi bersama mitra, serta kesesuaian kepakaran/kompetensi tim pengabdian, tim pengabdian menyepakati dan membatasi fokus permasalahan prioritas mitra untuk diselesaikan melalui program Program Pengabdian Masyarakat (Abmas) Skema Tematik Dana Departemen Desain Komunikasi Visual (DKV), Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS).

Berpijak dari uraian permasalahan prioritas mitra di atas, kegiatan Abmas ini penting untuk direalisasikan karena menyokong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan pekerjaan yang layak (Tujuan Pembangunan Berkelanjutan/*SDGs* ke-8). Pengembangan UKM produksi makanan olahan ikan laut seharusnya menjadi sektor riil dalam prioritas strategi pembangunan daerah maupun ekonomi masyarakat mandiri. Hal ini mengingat potensi ekonomi UKM yang demikian diperkirakan relatif besar baik dari segi produksi dan maupun peluang pasar (konsumsi). Dari sisi peluang pasar, secara umum di Pamekasan, salah satu kabupaten di Jawa Timur yang memiliki 25 (13,2%) desa tepi laut dari total 189 desa, penduduknya memiliki minat yang tinggi dalam mengonsumsi makanan hasil laut (BPS, 2021). Lebih lanjut, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Pamekasan pada 2021, total rata-rata konsumsi protein per kapita sehari sebesar 52,78 gram, dengan rincian konsumsi protein dari ikan/udang/cumi/kerang sebesar 8,19 gram menempati urutan ke-3, setelah makanan dan minuman jadi (10,54 gram), dan padi-padian (19,73 gram). Sedangkan pada sumber yang sama, total rata-rata pengeluaran per kapita Kabupaten Pamekasan sebulan berupa komoditas makanan sebesar Rp.393.798, dengan rincian belanja ikan/udang/cumi/kerang sebesar Rp.36.647 menempati urutan ke-4 setelah belanja komoditas padi-padian (Rp.52.472), rokok dan tembakau (Rp.75.423), serta makanan dan minuman jadi (Rp.102.250).

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pengembangan desain kemasan produk UKM ini bersifat urgen/mendesak untuk dilakukan sebagai upaya membantu (percepatan) perbaikan ekonomi pelaku UKM, terutama pasca COVID-19. Kegiatan ini merupakan bentuk kontribusi nyata ITS dalam menjalankan fungsinya melalui kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam program Pengabdian kepada Masyarakat Skema Tematik Dana Departemen, guna memberdayakan UKM di fokus wilayah binaan Jawa Timur dan membantu pembangunan daerah di sektor perikanan dan kelautan.

---

## Metode Pelaksanaan

Program ini disebut Pengabdian kepada Masyarakat (Abmas) Skema Tematik Dana Departemen Desain Komunikasi Visual (DKV), Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Kegiatan Abmas ini dilaksanakan selama tiga bulan (Mei-Juli 2022) dan difasilitasi oleh lima orang dosen Departemen DKV ITS. Program ini berbentuk pengabdian dengan luaran berbasis karya desain, khususnya desain kemasan, yang kemudian dimanfaatkan untuk memecahkan permasalahan dan menyokong pertumbuhan ekonomi sasaran pengabdian serta mendukung program hilirisasi inovasi produk ITS serta perluasan UKM binaan.

Dari paparan di muka, tim pengabdian memilih sasaran/mitra UKM Mapuse dengan produk camilan kulit ikan buntal merek Nurika untuk kami kembangkan desain kemasannya. UKM Mapuse, diwakili oleh pemilik, Nurholis, yang juga ketua Kelompok Pengolah dan Pemasar (Poklaksar) Berkah Tiga Dermaga (Bertiga) di Desa Branta Pesisir, pada program Abmas ini berkontribusi sebagai sasaran/mitra binaan dan pendampingan. Mitra juga berpartisipasi dalam penyediaan data selama kegiatan. Selain itu, UKM Mapuse juga mengakomodasi tempat/fasilitas, sampel produk, dan atribut pendukung lainnya yang dibutuhkan selama kegiatan pengabdian.

Adapun tahapan langkah dan proses kegiatan yang dilakukan dalam rangka pengembangan kualitas desain kemasan produk makanan olahan kulit ikan milik mitra, UKM Mapuse, sebagai upaya meningkatkan nilai jual dan pemasaran potensi unggulan Desa Branta Pesisir, Kabupaten Pamekasan, sebagai berikut:

### Pengumpulan data

Tahap pertama, tim pengabdian beberapa kali melakukan visitasi, observasi, dan pendokumentasian dengan kamera *smartphone* di dapur produksi UKM Mapuse di desa Branta Pesisir, Kecamatan Tlanakan, Kabupaten Pamekasan. Di samping itu, wawancara langsung maupun secara daring (melalui Whatsapp) juga dilakukan untuk menggali informasi kondisi eksisting tentang profil UKM mitra, data produk/komoditas utama yang diproduksi dan dipasarkan, status perijinan usaha dan sertifikasi produk, posisi produk di pasar, pengemasan dan promosi yang telah dilakukan, serta mengaudit permasalahan dan kebutuhan pada desain kemasan dan promosi yang dihadapi UKM mitra. Studi literatur juga dilakukan untuk menggali data pendukung dari sumber terpercaya, serta informasi pendukung lainnya soal produk dan kemasan.

### Analisis

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan pemetaan dan analisis permasalahan desain kemasan UKM mitra serta memetakan rencana solusi dan implementasinya pada UKM mitra. Dari hasil analisis dan data yang dikumpulkan, tim pengabdian menentukan dan merumuskan *Unique Selling Point* (USP, atau unsur/aspek manfaat/janji/keunggulan unik yang ditunjukkan oleh produk atau merek yang memungkinkannya menonjol dari pesaing) dan *positioning* produk di pasar guna mengembangkan gagasan utama dalam mendesain materi kemasan.

### Pengembangan solusi: strategi desain dan produksi purwarupa kemasan

Tahap ini adalah realisasi pengembangan produk guna mengatasi permasalahan yang dihadapi UKM mitra. Adapun tahapan kerjanya sebagai berikut:

- a. Pengembangan strategi media: pengembangan struktur, material, ukuran, informasi desain kemasan;
- b. Pengembangan strategi kreatif (visual dan verbal), yaitu pengembangan artistik (visualisasi) materi kemasan dengan sketsa manual;
- c. Evaluasi dan perbaikan desain, berdasarkan masukan mitra dan kompetensi tim pengabdian (dosen Departemen DKV ITS);

Pemroduksian purwarupa kemasan, mulai dari proses digitalisasi (desain) dengan perangkat lunak grafis (komputer) hingga produksi (cetak) kemasan berbahan aluminium foil di percetakan.

## Hasil dan Pembahasan

Tim pengabdian merumuskan *Unique Selling Point* (USP) setelah melakukan pemetaan, analisis permasalahan, dan mendapatkan profil UKM Mapuse. USP adalah suatu strategi yang diusulkan tim pengabdian dalam membangun *brand awareness* agar produk berbeda dan lebih unggul dibanding produk kompetitor. Dengan kata lain, USP merupakan unsur/aspek manfaat/janji/keunggulan unik yang ditunjukkan oleh produk atau merek yang memungkinkannya menonjol dari pesaing. Hal ini harapannya konsumen akan lebih memilih produk Nurika milik UKM Mapuse di antara banyaknya pesaing. Cara yang dapat dilakukan yaitu menawarkan dan menunjukkan keunggulan produk camilan kulit ikan merek Nurika dengan rumusan sebagai berikut: "Camilan oleh-oleh khas Branta Pesisir, Pamekasan, Madura, dibuat dengan kulit ikan pilihan dan bumbu alami yang gurih dan krispi, dapat langsung dikonsumsi (praktis) atau

sebagai lauk dengan nasi dan sambal”. Dari USP ini, gagasan visual kemasan dikembangkan dengan: 1) mengusung kebudayaan lokal (perlu upaya mengomunikasikan bahwa produk adalah camilan khas Pamekasan, Madura) yang ditampilkan melalui pakaian adat Madura pada ilustrasi pria dan wanita; 2) mengusung potensi desa, yaitu ikan buntal, laut dan atributnya serta nelayan; 3) praktis, ditunjukkan dengan visualisasi mudah dipegang (konsumsi langsung atau menjadi lauk), dinikmati siapa saja, dan di mana saja (ilustrasi laut dan bukit/gunung). Dari USP ini juga dihasilkan slogan yaitu: “Camilan asal kota Pamekasan, Madura”. Sebagai tambahan, informasi dibuat dwibahasa (Indonesia dan Inggris) atas permintaan mitra sebagai rencana ke depan jika sewaktu-waktu ada permintaan produk ke luar negeri.



**Gambar 4. Varian kemasan produk Nurika hasil karya desain tim pengabdian Departemen DKV ITS**

Berdasarkan kesepakatan tim pengabdian dan mitra, UKM Mapuse, kemasan yang dipilih adalah berjenis *standing pouch* berbahan plastik sekira 14x23 cm (sesuai kebutuhan muatan/berat bersih produk). Kemasan ini lebih ekonomis, praktis, aman, serta mudah menerapkan materi grafis yang variatif. Pada kemasan *pouch* di sisi muka disertakan informasi produsen (logo UKM, informasi nama UKM dan daerah/kabupaten), slogan “Camilan asal kota Pamekasan, Madura”, nama merek produk, informasi jenis produk “Fish Skin” atau “Keripik kulit ikan” berat bersih (neto), nomor izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), logo halal, informasi rasa (empat varian produk: kulit ikan tanpa tepung rasa original dan pedas serta dengan salut tepung rasa original dan pedas). Di sisi belakang kemasan, informasi yang disertakan berupa logo produk, deskripsi produk, cara/saran penyajian, komposisi, kolom kode produksi, kolom tanggal kadaluwarsa, logo UKM, informasi nama UKM dan daerah/kabupaten, serta kode batang (*barcode*). Tim pengabdian juga mendesain tampilan label tempel (bisa dicetak pada sticker kertas atau vinyl) yang dapat dipakai sebagai pelabelan/tanda identifikasi, jaminan kualitas, kontak, merek, dan lain-lain, ketika produk dikemas dengan kemasan sekunder (luar), seperti kardus atau *bubble wrap*, dan akan dikirim/diantar ke tempat tinggal penerima/konsumen. Setelah informasi kemasan dan materi grafis disepakati, kemasan primer (*pouch*) dan sekunder (label tempel) kemudian diproduksi untuk membantu UKM mitra dalam memasarkan produknya.



**Gambar 5. Label tempel untuk mengidentifikasi paket/pengiriman produk**

#### **Capaian hasil pengabdian dan potensi dampaknya**

Dari wawancara dan pendampingan pascadesain pada mitra pada bulan Agustus-September 2022, UKM Mapuse, diketahui bahwa mitra menerima dengan baik desain kemasan baru produk Nurika tersebut.

Di samping itu, berdasarkan hasil pengamatan tim pengabdian, ketika dijejerkan dengan produk kompetitor maupun produk olahan ikan lain di rak *display*, kemasan baru produk Nurika terlihat mencolok, berbeda, sehingga sesekali diketahui dilirik dan dibeli oleh pelanggan. Ini pertanda bahwa pasar mulai mudah mengidentifikasi produk Nurika daripada produk lain. Menurut sebagian pelanggan, produk Nurika tampak digarap serius dan seolah-olah (mengecoh) diproduksi oleh produsen makanan besar dan ternama. Ini artinya, kemasan baru ini mulai mengindikasikan bahwa tampilan grafisnya membangun *image* positif, persuasif, menumbuhkan kepercayaan dan menggugah selera pelanggan terhadap produk Nurika. Bagi pasar lokal, tampilan grafis yang mengusung identitas kebudayaan langsung dipahami dengan mudah bahwa produk Nurika adalah produksi lokal dan memunculkan kebanggaan. Indikasi-indikasi ini, meski harus dilakukan pengamatan lebih terstruktur yang barangkali bisa dilakukan di kemudian hari, harapannya memberi dampak positif dan lebih meningkatkan omzet penjualan di hari-hari berikutnya.

#### **Umpan balik sasaran kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Skema Tematik Dana Departemen DKV-ITS**

Berdasarkan wawancara dari sasaran/mitra Abmas, Holis, pemilik UKM Mapuse, menyampaikan rasa syukur dan puas karena kegiatan Abmas ini membantu pemecahan masalah desain dan usahanya, sebagai UKM, untuk naik kelas. Menurutnya, tidak semua UKM bisa menganggarkan biaya desain yang profesional untuk kemasan produknya, di samping di daerahnya sulit ditemui desainer yang bisa mendesain kemasannya dengan lebih baik dan berdaya saing. Dari hasil kegiatan Abmas ini, diharapkan desain kemasan produk yg bagus dan sesuai regulasi, UKM, seperti UKM Mapuse, bisa bersaing di pasar yg lebih modern. Dengan demikian, diharapkan terjadi peningkatan omset yg signifikan serta memperluas jaringan pasar kedepannya. Ini bisa dilihat, pelanggan mulai menerima dan melirik produk ini ketika produk dengan kemasan baru ini dicoba dirilis di pasar.



**Gambar 6. Naufan Noordiyanto, ketua tim Abmas Departemen DKV ITS, bersama pemilik UKM Mapuse yang tengah memegang kemasan baru produk Nurika**

#### **Kesimpulan**

Kegiatan Abmas ini berhasil membantu mitra, UKM Mapuse, untuk mengembangkan desain kemasan produknya, camilan kulit ikan merek Nurika, agar lebih representatif, menarik, berdaya saing, berciri lokal dan mengusung tema potensi daerah, persuasif, menggugah selera, serta membangun persepsi positif di benak konsumen. Varian desain kemasan kantung/*standing pouch* yang dihasilkan dapat diidentifikasi dari varian warnanya berdasar rasa/bumbu produk yang ditawarkan. Tim pengabdian juga menghasilkan desain label untuk memberi identitas pengirim dan penerima guna mengakomodasi layanan pengiriman paket produk. Rencana di kemudian hari adalah mendaftarkan hak cipta desain kemasan ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (DJKI), Kementerian Hukum & Hak Asasi Manusia Republik Indonesia (Kemenkumham RI) untuk melindungi hasil ciptaan desain kemasan dari tindakan kriminal pencurian atau plagiasi desain.

#### **Daftar Pustaka**

- Azman, A. M. N., Samsur, M., & Othman, M., (2014). Distribution of Tetrodotoxin among Tissues of Pufferfish from Sabah and Sarawak Waters. *Sains Malaysiana*, 43, 1003–1011.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pamekasan. (2021). Statistik Kesejahteraan Rakyat Kabupaten Pamekasan 2021. URL: <https://pamekasankab.bps.go.id/publication.html> Diakses pada 5 Maret 2022.

- 
- Berita Lima. (2020). Unik Olahan Ikan Buntal Jadi Aneka Macam Keripik di Pamekasan. URL: <https://beritalima.com/unik-olahan-ikan-buntal-jadi-aneka-macam-keripik-di-pamekasan/> Diakses pada 5 Maret 2022
- Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Pamekasan, (2020). Kunjungan Tim Ditjen Bina Mutu. URL: <https://perikanan.pamekasankab.go.id/kunjungan-tim-kkp-ditjen-bina-mutu-2020.html> Diakses pada 5 Maret 2022
- Kabar Madura. (2021). Kantongi Kepercayaan Pasar Ekspor ke Eropa; Inovasi IKM Mart untuk Olahan Ikan Warga Desa Branta Pesisir. URL: <https://kabarmadura.id/kantongi-kepercayaan-pasar-ekspor-ke-eropa-inovasi-ikm-mart-untuk-olahan-ikan-warga-desa-branta-pesisir/> Diakses pada 5 Maret 2022
- Kosker, A. R., Regenstein, J. M., & Özogul, F. (2021). Proximate composition and fatty acid profiles of common pufferfish species in the Mediterranean Sea. *International Journal of Food Science & Technology*, 56(2), 874-884.
- Luekasemsuk, T., Panvisavas, N., & Chaturongakul, S. (2015). TaqMan qPCR for detection and quantification of mitochondrial DNA from toxic pufferfish species. *Toxicon*, 102, 43-47.
- Rao, P. Y., & Sirisha, I. R. (2013). Changes in the Muscle Biochemical Composition of *Lagocephalus Spadiceus* (Richardson, 1845) and *Lagocephalus Lunaris* (Bloch and Schneider, 1801) off Visakhapatnam, East Coast of India. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 3(1).
- Santhanam, R. (2017). *Biology and Ecology of Toxic Pufferfish: Biology and Ecology of Marine Life*. Apple Academic Press.
- Yamaguchi, H., Nakaya, M., Kaneko, G., Yoneda, C., Mochizuki, T., Fukami, K., ... & Watabe, S. (2013). Comparison in taste and extractive components of boiled dorsal muscle and broth from half-smooth golden puffer *Lagocephalus spadiceus* caught in Japan with those of the same fish imported. *Fisheries science*, 79(2), 327-334.