

RE-BRANDING PACKAGING OLAHAN IKAN DAN KEPITING BERBASIS MATERIAL RAMAH LINGKUNGAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATAWAN DI DESA NELAYAN BERDASI, KEC.BALIKPAPAN BARAT

**Chairoh Ulfah 1* , Claudia Olla Mandayu 2 , Reymon Batu Tandi 2 , Eki Permata
Cahaya Hati 1 , Miftakhul Jannah 1 , Viola Aurora 1 , Cintya Widhi Astuti 3 , Nilam
Ayu NandaStari Romdoni 3 , Anisah Mu'allifah Yafa 2 , Bagas Aditya Rachmat 2
, Tirza Paramitha 2 , Khodija Amalatus Sholeha 4**

1Program Studi Fisika, Institut Teknologi Kalimantan, Jl. Soekarno Hatta KM.15,Karang Joang, Balikpapan, Indonesia 2Program Studi Arsitektur, Institut Teknologi Kalimantan,Jl. Soekarno Hatta KM.15,Karang Joang, Balikpapan, Indonesia 3Program Studi Sistem Informasi, Institut Teknologi Kalimantan,Jl. Soekarno Hatta KM.15,Karang Joang, Balikpapan, Indonesia 4Program Studi Desain Komunikasi Visual , Institut Teknologi Kalimantan, Jl. Soekarno Hatta KM.15,Karang Joang, Balikpapan, Indonesia *E-mail: chairoh.ulfah@lecturer.itk.ac.id

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Masyarakat Mahasiswa Desa (PMMD) di Desa Nelayan Berdasi Kecamatan Balikpapan Barat, bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk UMKM lokal melalui inovasi re-branding dan pengembangan kemasan ramah lingkungan. desa ini memiliki potensi hasil laut yang melimpah, seperti bandeng tanpa duri dan sambal kepiting, namun masih menghadapi tantangan dalam aspek branding dan pemilihan material kemasan yang berkelanjutan. kegiatan ini melibatkan kolaborasi lintas disiplin antara mahasiswa dan dosen dari program studi Arsitektur, Desain Komunikasi Visual, Fisika, dan Sistem Informasi di Institut Teknologi Kalimantan. Melalui metode Focus Group Discussion (FGD), masyarakat diajak berpartisipasi aktif dalam perancangan desain kemasan dan sosialisasi pemanfaatan limbah cangkang kepiting sebagai bahan dasar alternatif yang bersifat biodegradable. hasil kegiatan berbasis kitosan. Dampak kegiatan ini terlihat dari meningkatnya pemahaman masyarakat terhadap pentingnya branding dan keberlanjutan lingkungan, serta terbangunnya kolaborasi antara antara akademisi dan masyarakat dalam mewujudkan desa wisata pesisir yang kreatif dan berkelanjutan.

Kata kunci: Desain kemasan, kitosan, re-branding, UMKM

Abstract

The Community Service Program (PMMD) in Nelayan Berdasi Village, West Balikpapan District, aims to enhance the competitiveness of local micro, small, and medium enterprises (MSMEs) through re-branding innovation and the development of eco-friendly packaging. The village has abundant marine resources such as boneless milkfish and crab chili sauce but faces challenges in branding and the use of sustainable packaging materials. This interdisciplinary program involved collaboration among students and lecturers from Architecture, Visual Communication Design, Information Systems, and Physics departments at the Institut Teknologi Kalimantan. Through the Focus Group Discussion (FGD) method, the community actively participated in designing product packaging and learning about the utilization of crab shells as an alternative biodegradable material. The program resulted in five packaging designs, two UMKM logo concepts, and a prototype of chitosan-based packaging material. The outcomes indicate improved community awareness regarding branding and environmental sustainability, as well as stronger collaboration between academia and local communities to develop a creative and sustainable coastal tourism village.

Keywords: *chitosan, packaging design, re-branding, MSMEs*

1. Pendahuluan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Nelayan Berdasi, yang terletak di Kecamatan Kariangau, Balikpapan Utara, Kota Balikpapan. Lokasi ini dipilih karena masyarakatnya memiliki potensi besar dalam pemanfaatan hasil laut, namun masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan dan pengembangan produk olahan. Mitra dalam kegiatan ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang pengolahan hasil laut. Beberapa produk unggulan yang dihasilkan oleh mitra antara lain bandeng tanpa duri serta sambal kepiting, yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi produk bernilai jual tinggi dan berdaya saing di pasaran.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berlangsung selama lima bulan, dimulai pada bulan Agustus hingga bulan Desember. Rentang waktu tersebut memberikan kesempatan bagi tim pelaksana untuk melaksanakan program secara bertahap, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan pelatihan, hingga pendampingan intensif kepada para mitra. Dengan durasi yang relatif panjang, kegiatan ini mampu menghasilkan capaian yang lebih optimal dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat sasaran.

Peserta kegiatan pengabdian masyarakat ini berjumlah 30 orang, yang mayoritas merupakan ibu rumah tangga di Desa Nelayan Berdasi. Keterlibatan mereka menunjukkan adanya antusiasme yang tinggi terhadap kegiatan yang diselenggarakan, terutama karena kegiatan ini relevan dengan kebutuhan sehari-hari serta peluang untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dalam pengelolaan potensi lokal.

Selain berperan sebagai ibu rumah tangga, sebagian peserta juga terlibat aktif dalam pengelolaan bank sampah di lingkungan kampung mereka. Keterlibatan ini menjadi modal sosial yang penting, karena menunjukkan adanya kepedulian terhadap isu lingkungan serta kemampuan untuk mengorganisasi kegiatan berbasis masyarakat. Hal ini diharapkan dapat memperkuat keberlanjutan program pengabdian, mengingat peserta memiliki pengalaman dalam mengelola kegiatan kolektif.

Dengan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya berfokus pada pemberdayaan ekonomi melalui pengolahan hasil laut, tetapi juga berpotensi memperkuat kesadaran lingkungan. Partisipasi para ibu rumah tangga yang aktif dalam bank sampah menjadi faktor pendukung yang signifikan bagi keberhasilan program, karena mereka mampu mengintegrasikan nilai keberlanjutan dalam setiap aktivitas yang dilakukan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan metode *Focus Group Discussion* (FGD), yang melibatkan masyarakat secara langsung sebagai subjek utama. Pemilihan metode ini didasarkan pada kebutuhan untuk menggali aspirasi, pendapat, serta pengalaman masyarakat, sehingga program yang dijalankan dapat lebih tepat sasaran dan sesuai dengan kondisi nyata di lapangan.

Sebelum pelaksanaan FGD, tim pengabdian melakukan serangkaian persiapan, antara lain merancang desain kemasan produk dan mengidentifikasi material kemasan yang ramah lingkungan. Hasil rancangan tersebut kemudian dibawa ke forum diskusi sebagai bahan pemaparan. Melalui proses ini, masyarakat tidak hanya menerima informasi, tetapi juga

dilibatkan secara aktif dalam memberikan masukan terkait kesesuaian desain dengan kebutuhan dan karakter produk yang mereka hasilkan.

Hasil dari pelaksanaan FGD menjadi pertimbangan penting dalam penyempurnaan desain kemasan serta arah keberlanjutan program pengabdian masyarakat ini. Masukan yang diberikan oleh peserta membuka peluang bagi terciptanya desain yang lebih fungsional, menarik, dan sesuai dengan prinsip keberlanjutan lingkungan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan keluaran berupa desain kemasan, tetapi juga memperkuat partisipasi masyarakat dalam setiap tahapan proses, sehingga diharapkan manfaat program dapat terus berlanjut dalam jangka panjang.

2. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam tiga tahap utama: edukasi, produksi prototipe, dan evaluasi sebagaimana diagram alir berikut:



Gambar 2.1 Diagram Alir Pengabdian Masyarakat

Tahap awal adalah sosialisasi tentang pemilihan material *packaging* makanan yang aman dan ramah bagi lingkungan. Kegiatan ini sebagai pendekatan edukatif kepada pelaku UMKM tentang pentingnya kemasan ramah lingkungan serta potensi desain kemasan yang menunjukkan identitas lokal.

Selanjutnya, dilakukan workshop pembuatan *packaging* olahan ikan dan kepiting. Lalu evaluasi kegiatan sosialisasi dan workshop. Pengumpulan data dan indikator keberhasilan pengabdian masyarakat dengan topik *re-branding packaging* produk olahan ikan dan kepiting di Desa Nelayan Berdasi dilakukan dengan metode kualitatif dan kuantitatif. Adapun tahapan dan indikator yang digunakan sebagai berikut:

- a. Observasi dan Wawancara

Melakukan pemetaan potensi dan permasalahan yang ada di lapangan dengan observasi dan wawancara dengan pengelola, terutama hal-hal yang berkaitan langsung dengan persepsi visual dari *packaging* yang sudah ada.

b. Menyebarkan Kuesioner

Kuesioner dibagikan kepada konsumen untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap visual *packaging* baru dan *brand awareness* setelah produk melakukan *re-branding*.

c. Indikator Keberhasilan

Adapun indikator keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat sebagai berikut :

Tabel 3.1 Indikator Keberhasilan Kegiatan pengabdian masyarakat

Indikator Keberhasilan	Metode Evaluasi	Keterangan
Peningkatan brand awareness	Survey/kuesioner konsumen	85% konsumen mengenali merek setelah <i>re-branding</i>
Visual kemasan	Observasi lapangan, kuesioner (google form)	85% responden dan pengelola wisata puas terhadap visual kemasan
Kualitas dan fungsional kemasan	Uji coba, wawancara	85% produk uji coba dinyatakan layak oleh responden
Kepuasan Pengelola desa wisata	Wawancara, survei	85% pengelola desa wisata puas terhadap hasil <i>re-branding</i>

Sumber: analisis penulis, 2025

3. Hasil dan Pembahasan

Pada hasil setelah dilakukan berupa observasi, wawancara, uji test di laboratorium, dan desain digital. Berikut adalah hasil data sebagai berikut.

A. Kemasan

Hasil kemasan yang kami buat berupa cangkang kepiting yang sudah melakukan berbagai prosedur sebagai branding dari Desa Nelayan Berdasi dalam hal kemasan ramah lingkungan.

Proses penelitian ini diawali dengan penimbangan kepiting menggunakan timbangan digital presisi tinggi untuk menentukan massa awal setiap sampel. Data massa awal digunakan sebagai acuan dalam memantau perubahan berat selama perlakuan. Selanjutnya, kepiting yang telah ditimbang dihancurkan perlahan menggunakan mortar dan alu hingga menjadi fragmen kecil. Proses ini dilakukan hati-hati agar tidak kehilangan bagian penting untuk analisis. Hasil penghancuran kemudian dimilling dengan alat penggiling berkecepatan tinggi guna memperoleh partikel halus dan seragam. Tahap ini bertujuan meningkatkan homogenitas dan mempermudah analisis berikutnya. Terakhir, sampel diayak untuk memperoleh fraksi serbuk dengan ukuran partikel sesuai kebutuhan. Pengayakan ini memastikan hanya serbuk dengan

kehalusan yang diinginkan digunakan, sehingga sampel memiliki kualitas dan konsistensi optimal untuk mendukung akurasi analisis selanjutnya.



Gambar 1.1 Persiapan Oven Cangkang Kepiting

Sumber: Penulis, 2025



Gambar 1.2 Penimbangan Cangkang Kepiting

Sumber: Penulis, 2025



Gambar 1.3 Proses Penghancuran Cangkang Kepiting

Sumber: Penulis, 2025



Gambar 1.4 Proses milling cangkang kepiting

Sumber: Penulis, 2025



Gambar 1.5 Kiri: Sampel Cangkang Yang Belum Diayak, Kanan: Sampel Serbuk Cangkang Yang Sudah Diayak

B. Desain digital

Pada desain digital ini, dari tim desain membuat beberapa desain digital berupa kemasan dan logo untuk sebagai branding dari Desa Nelayan Berdasi.

1. Desain Kemasan

Pada Desain kemasan sendiri terdapat 2 macam kemasan, yaitu desain kemasan ikan bandeng dan desain kemasan sambal kepiting.



Gambar 1.6 Desain Kemasan Ikan Bandeng 1

Sumber: Penulis, 2025



Gambar 1.7 Desain Kemasan Ikan Bandeng 2
Sumber: Penulis, 2025



Gambar 1.8 Desain Kemasan Kepiting
Sumber: Penulis, 2025

2. Desain Logo

Pada desain logo sebagai identitas dari produk tersebut, berikut adalah hasil dari desain logo branding tersebut.



Gambar 1.9 Desain Logo Branding Kepiting
Sumber: Penulis, 2025



Gambar 1.10 Desain Logo Branding Ikan Bandeng

Sumber: Penulis, 2025

4. Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang berjudul “ Re-Branding Packaging olahan ikan dan kepiting berbasis material ramah lingkungan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan di desa nelayan berdasi,Kec. Balikpapan Barat “ yang melalui berbagai proses panjang dan menghasilkan kemasan ramah lingkungan, kami memanfaatkan hasil limbah cangkang kepiting sebagai kemasan packaging yang ramah lingkungan yang lebih berkelanjutan. Kemudian tim kami juga melakukan Desain Kemasan dan Logo yang dibutuhkan oleh masyarakat UMKM untuk menjadikan usaha mereka lebih menarik dan mendapat nilai jual yang lebih besar. selain memberi dampak pada lingkungan, kegiatan ini juga membuka peluang untuk masyarakat untuk terus berkembang dan mendukung upaya menuju pembangunan yang berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Pengabdian Masyarakat Mahasiswa Desa (PMMD) di Desa Nelayan Berdasi, Kecamatan Balikpapan Barat. Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Institut Teknologi Kalimantan atas dukungan dan fasilitasi dalam pelaksanaan kegiatan ini.

Penghargaan yang sebesar-besarnya juga diberikan kepada para mitra UMKM Desa Nelayan Berdasi yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari pelatihan, diskusi, hingga implementasi desain kemasan ramah lingkungan.

Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada dosen pembimbing, rekan mahasiswa lintas program studi yang tergabung dalam tim pelaksana, serta seluruh pihak yang terlibat dalam proses teknis dan non-teknis kegiatan ini. Dukungan, kerja sama, dan kontribusi semua pihak menjadi faktor penting dalam keberhasilan pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini.

Daftar Pustaka

1. Leonandri D, Rosmadi MLN. The Role of Tourism Village to Increase Local Community Income. *Budapest Int Res Critics Inst Humanit Soc Sci*. 2018;1(4):188–93.
2. Putri DS. kaltim.suara.com. 2021. Mengenal Wisata Pemancingan Air Asin Pertama di Balikpapan, Kampung Nelayan Berdasi. Available from: <https://kaltim.suara.com/read/2021/08/08/112416/mengenal-wisata-pemancingan-air-asin-pertama-di-balikpapan-kampung-nelayan-berdasi>
3. Keller KL. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. 4th ed. Prentice Hall; 2013.
4. Badan Pusat Statistika [Internet]. 2023. Jumlah Perusahaan Industri Skala Mikro dan Kecil Menurut Provinsi (Unit). Available from: <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDQwIzI=/jumlah-perusahaan-industri-skala-mikro-dan-kecil-menurut-provinsi.html>
5. Kotler, P.; Keller KL. *Marketing Management*. 15th ed. Pearson Education Inc.; 2016.
6. Dewi M, Hubeis M, Riani E. Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing di Pasar Ritel Modern Carrefour (Kasus PT MadaniFood, Jakarta). *Manaj IKM J Manaj Pengemb Ind Kecil Menengah*. 2021;15(1):77–83.
7. Rohmah N, Ihsanuddin M, Rahmawati PE. Strategi Pengembangan Umkm Berbasis Pemasaran Digital Dan Ekonomi Kreatif Di Desa Karangsono. *InEJ Indones Engagem J*. 2023;4(2):85–99.
8. Silayoi, P.; Speece M. The importance of packaging attributes: a conjoint analysis approach. *Eur J Mark*. 2007;41(11/12):1495–517.
9. Underwood, R. L.,; Klein NM. Packaging as Brand Communication: Effects of Product Pictures on Consumer Responses to the Package and Brand. *J Mark Theory Pract*. 2002;10(4):58–68.
10. Ching FDK. *Architecture: Form, Space, and Order* [Internet]. 2007. 448 p. Available from: <http://www.amazon.co.uk/Architecture-Francis-D-K-Ching/dp/0471752169>

11. Bangun DAN, Andriyanto, Adabiyah S, Megaputri SD, Humairrah NR. Penerapan Unsur Kearifan Lokal pada Desain Kemasan Produk Khas Betawi. *Sniv Semin Nas Inov Vokasi*. 2023;2(1):303–14.
12. Marsh K, Bugusu B. Food packaging - Roles, materials, and environmental issues: Scientific status summary. *J Food Sci*. 2007;72(3).
13. Kolb DA. *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Australia: Pearson Education Inc.; 2015.
14. Budiwitjaksono, G. S., Rachmawati, P. I., Alfiandy, M. Y., Ismail, R. R., Sauki MS. Rebranding Label Kemasan Sebagai Sarana untuk Meningkatkan Brand Awareness Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Frozen Food Mas Fian di Kelurahan TuriKota Blitar. *MUQADDIMAH J Ekon Manajemen, Akunt dan Bisnis*. 2023;1(3):167–77.
15. Aisyah, K.N. & Pudjoprastyono H. Rebranding Label Kemasan untuk Meningkatkan Brand Awareness pada UMKM Tahu Crispy Rakhmad. 2024;5(4):6270–6.