

Strategi Desain Kemasan Sebagai Upaya Peningkatan Nilai Jual Salak Bobo di Kota Tidore Kepulauan


Irfandi Buamonabot*¹, Johan Fahri², Muhsin N. Bailusy³, Abdullah W. Jabid⁴, Eva Syariefah Rachman⁵

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Khairun

⁵Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Universitas Khairun

E-mail: irfandi@unkhair.ac.id

*Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2527>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 29 June 2025

Revised: 29 July 2025

Accepted: 30 August 2025

Kata Kunci

Strategi, Desain Kemasan, Petani Salak, Kota Tidore Kepulauan

Keywords

Strategy, Packaging Design, Salak Farmers, Tidore Islands City



ABSTRACT

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional dengan kontribusi signifikan terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja. Di Indonesia, terdapat 64,19 juta UMKM yang menyumbang 61,97% PDB dan menyerap 97% tenaga kerja. Melalui kemajuan teknologi, UMKM kini dapat mengembangkan usahanya lebih efektif, salah satunya dengan strategi pemasaran yang tepat. Kegiatan pengabdian masyarakat ini difokuskan pada peningkatan nilai jual buah salak di Kelurahan Bobo, Kota Tidore Kepulauan melalui pelatihan desain kemasan. Metode yang digunakan adalah sosialisasi partisipatif, di mana masyarakat terlibat aktif dalam seluruh proses kegiatan. Salah satu strategi penting adalah pencatatan keuangan sebelum pengemasan, agar petani dapat menghitung biaya pengemasan secara akurat, menentukan harga jual kompetitif, dan membuat keputusan bisnis yang lebih baik. Dengan kemasan menarik dan strategi yang tepat, diharapkan nilai jual salak lokal meningkat.

MSMEs play an important role in the national economy with a significant contribution to GDP and employment. In Indonesia, there are 64.19 million MSMEs that contribute 61.97% of GDP and employ 97% of the workforce. Through technological advances, MSMEs can now develop their businesses more effectively, one of which is through the right marketing strategy. This community service activity focuses on increasing the selling value of salak fruit in Bobo Village, Tidore Kepulauan City, through packaging design training. The method used is participatory socialization, where the community is actively involved in the entire process. One important strategy is financial record-keeping before packaging, so that farmers can accurately calculate packaging costs, determine competitive selling prices, and make better business decisions. With attractive packaging and the right strategy, it is hoped that the selling value of local salak will increase.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite Irfandi Buamonabot, et al (2025) Strategi Desain Kemasan Sebagai Upaya Peningkatan Nilai Jual Salak Bobo di Kota Tidore Kepulauan, 4(1), 5119-5122 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2527>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian dari perekonomian nasional yang memiliki kemandirian dan berpotensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM memiliki peran yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,19 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,97% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi (Sasongko, 2020). Perkembangan UMKM kini semakin berjalan merata baik di kota-kota besar maupun kota kecil di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh

adanya kemajuan teknologi, para pelaku usaha kini bisa memulai bisnisnya dan mengembangkannya melalui bantuan teknologi. Adanya perkembangan ini telah berdampak pada pengembangan daerah-daerah yang sebelumnya tidak memiliki kegiatan yang menunjang perekonomian masyarakat setempat, kini mampu memandirikan daerahnya.

UMKM memiliki peran yang sangat penting bagi kesejahteraan masyarakat dengan membuka lapangan kerja dan menambah pendapatan masyarakat sekitar sehingga mencukupi kehidupan sehari-hari seperti pangan, maupun kehidupan lainnya. Seperti halnya salah satu program pemberdayaan masyarakat yaitu meningkatkan hasil penjualan dari sebatas kelompok tani menjadi UMKM di Kelurahan Bobo Kota Tidore Kepulauan yang diharapkan bisa menumbuhkan lahan pekerjaan bagi para masyarakat miskin dan pengangguran. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan sebagai penopang sektor ekonomi masyarakat, pemanfaatan dan pengolahan bahan pangan lokal, serta membuka lapangan pekerjaan (Irawan & Mulyatiningsih, 2016).

Sebelum masyarakat bisa mengembangkan usaha, mereka melalui beberapa tahapan dan juga kegagalan. Namun, dengan adanya kesadaran penuh dari masyarakat untuk mengembangkan potensi yang dimiliki, akhirnya masyarakat bisa mandiri. Program pengabdian pada kelompok Tani Salak di Kelurahan Bobo Kota Tidore Kepulauan merupakan program lanjutan dari kegiatan sebelumnya. Pada tahun lalu program ini megedepankan pada pemberdayaan terkait apa yang telah dilakukan. Selanjutnya tahun 2025 kami melihat bahwa perlu dilakukan strategi tentang desain kemasan yang paling sesuai dengan produk yang akan dijual. Sebelum masyarakat bisa mengembangkan usaha, mereka melalui beberapa tahapan dan juga kegagalan. Namun, dengan adanya kesadaran penuh dari masyarakat untuk mengembangkan potensi yang dimiliki, akhirnya masyarakat bisa mandiri. Melihat situasi tersebut di atas maka kami tertarik untuk melakukan kegiatan pengabdian dengan judul Strategi Pemberdayaan UMKM Oleh Kelompok Tani Salak Di Kelurahan Bobo, Kota Tidore Kepulauan.

Berdasarkan observasi dan survei pendahuluan (Desember minggu pertama, 2024), Tim PKM mengambil kesimpulan pada umumnya petani salak di desa Bobo Kota Tidore Kepulauan sudah memiliki produk yang memiliki keunggulan tinggi namun kurangnya kesadaran masyarakat untuk mendesain kemasan yang dapat menarik menambah nilai jual produk.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan metode sosialisasi partisipatif, yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahapan program, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Fokus utama kegiatan adalah memberikan pemahaman kepada kelompok tani salak di Kelurahan Bobo, Kota Tidore Kepulauan, mengenai pentingnya strategi desain kemasan dalam meningkatkan nilai jual produk. Melalui sosialisasi, pelatihan, konsultasi, dan diskusi, petani diajak memahami dan menerapkan strategi desain kemasan yang sesuai, termasuk pencatatan keuangan sebelum pengemasan sebagai dasar penentuan biaya dan harga jual. Hal ini menjadi solusi atas permasalahan rendahnya daya jual salak akibat kemasan yang kurang menarik. Tahapan kegiatan dimulai dari perencanaan seperti analisis situasi, komunikasi awal dengan mitra, hingga pelaksanaan pelatihan oleh Tim PKM dari Universitas Khairun. Tahap evaluasi dilakukan dengan pelaporan hasil kegiatan, publikasi artikel, video dokumentasi, dan media online. Tim PKM terdiri dari satu ketua, dua anggota dosen, dan dua mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Ketua tim, Irfandi Buamonabot, bertugas mengoordinasi seluruh kegiatan dan menjalin komunikasi dengan mitra, sementara anggota lainnya fokus pada penyusunan program dan pelatihan. Pendekatan kolaboratif ini diharapkan dapat memberdayakan petani salak untuk mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan pada 28 Juni 2025 di Kelurahan Bobo, Kota Tidore Kepulauan, diawali dengan pembukaan dan doa bersama. Tim PkM kemudian berdialog langsung dengan para petani salak untuk memahami proses yang dilakukan sebelum salak dijual ke konsumen dan tantangan yang mereka hadapi. Salah satu temuan utama dari kegiatan ini adalah rendahnya kesadaran petani dalam melakukan pencatatan keuangan yang memadai, terutama terkait biaya-biaya sebelum proses pengemasan. Analisis terhadap situasi yang dihadapi oleh petani salak di Kelurahan Bobo, Kota Tidore Kepulauan menunjukkan bahwa persoalan utama terletak pada minimnya pencatatan keuangan yang sistematis, terutama yang berkaitan dengan aktivitas sebelum pengemasan

produk. Proses pengemasan merupakan tahapan penting dalam rantai produksi karena berperan dalam menentukan nilai akhir produk di pasar. Namun, tanpa pencatatan biaya yang memadai, petani sulit mengetahui secara pasti berapa besar biaya yang dikeluarkan untuk setiap komponen yang membentuk harga jual. Hal ini mengakibatkan ketidaktepatan dalam perhitungan harga, baik dalam hal potensi kerugian maupun margin keuntungan yang seharusnya bisa dioptimalkan. Pencatatan keuangan yang lengkap memungkinkan petani untuk mengidentifikasi dengan jelas setiap pos pengeluaran, seperti biaya bahan baku, transportasi, tenaga kerja, penyimpanan, dan pengemasan. Dengan data yang akurat, mereka dapat menghitung biaya pokok produksi secara menyeluruh. Ini menjadi dasar dalam menentukan harga jual yang realistis dan kompetitif. Tanpa perhitungan yang berbasis data, penentuan harga seringkali bersifat asertif, yang bisa berisiko menimbulkan kerugian apabila biaya riil ternyata lebih tinggi dari harga jual yang ditetapkan. Dalam konteks ini, pencatatan bukan hanya soal administrasi, tetapi juga menjadi alat manajemen usaha yang penting.

Selain itu pencatatan yang tepat memungkinkan petani untuk melakukan evaluasi terhadap efisiensi dan efektivitas proses produksi mereka. Misalnya, apabila ditemukan bahwa biaya tenaga kerja untuk pengemasan terlalu tinggi dibandingkan kontribusinya terhadap peningkatan kualitas produk, maka strategi efisiensi dapat dirancang. Begitu pula untuk pengeluaran lain seperti bahan kemasan, petani bisa menyesuaikan pilihan desain kemasan yang tidak hanya menarik, tetapi juga sesuai dengan anggaran yang tersedia. Data yang terdokumentasi memungkinkan adanya pertimbangan berbasis fakta dalam pengambilan keputusan, bukan sekadar intuisi atau kebiasaan. Aspek lainnya yang turut dianalisis adalah bagaimana pencatatan keuangan dapat memengaruhi pengembangan desain kemasan itu sendiri. Dalam hal ini, petani yang memiliki pencatatan biaya yang jelas dapat mengalokasikan anggaran khusus untuk pengembangan desain kemasan tanpa mengganggu pos anggaran lainnya. Hal ini menjadi relevan mengingat desain kemasan yang baik memerlukan investasi pada bahan, desain grafis, cetak, dan distribusi. Tanpa pencatatan yang tepat, biaya ini bisa tidak teralokasi dengan baik atau bahkan membebani aspek lain dari proses produksi. Pencatatan menjadi dasar yang krusial dalam menyeimbangkan kebutuhan antara kualitas kemasan dan keterjangkauan biaya produksi.

Terakhir pencatatan keuangan yang sistematis juga membuka kemungkinan bagi petani untuk mengakses pembiayaan atau kemitraan bisnis. Pihak luar seperti lembaga keuangan atau mitra distribusi umumnya membutuhkan informasi keuangan yang rapi sebagai dasar dalam menilai kelayakan usaha. Oleh karena itu, upaya dalam membenahi pencatatan keuangan bukan hanya berdampak pada efisiensi internal, tetapi juga meningkatkan potensi untuk pengembangan usaha secara eksternal. Dengan kata lain, pencatatan keuangan yang akurat menjadi prasyarat bagi pertumbuhan usaha yang berkelanjutan, terutama dalam konteks penguatan strategi desain kemasan sebagai bagian dari daya saing produk salak di pasar.

Beberapa kendala utama yang diidentifikasi antara lain adalah tidak adanya pencatatan biaya transportasi, seperti bahan bakar, upah sopir, dan perawatan kendaraan. Padahal, biaya ini merupakan bagian penting dari total biaya produksi dan dapat memengaruhi harga jual serta margin keuntungan. Selain itu, petani juga sering mengabaikan pencatatan biaya tenaga kerja yang terlibat dalam persiapan sebelum pengemasan, seperti proses pembersihan, sortasi, dan pemeriksaan kualitas salak. Biaya ini mencakup gaji, pelatihan, dan aspek keselamatan kerja yang turut berdampak pada efisiensi produksi. Kendala lainnya adalah pengabaian terhadap pencatatan biaya pembelian bahan baku, yaitu buah salak mentah, termasuk biaya transportasi dari pemasok dan biaya terkait lainnya. Biaya ini sangat menentukan harga jual akhir, sehingga pencatatan yang akurat sangat dibutuhkan untuk perencanaan produksi yang lebih baik. Terakhir, para petani juga belum mencatat biaya penyimpanan, seperti sewa gudang, listrik, dan pendingin, yang turut memengaruhi kualitas dan kelayakan produk sebelum dikemas.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian, dapat disimpulkan bahwa strategi desain kemasan yang efektif bagi petani salak di Kelurahan Bobo, Kota Tidore Kepulauan harus diawali dengan pencatatan keuangan yang menyeluruh terhadap seluruh biaya sebelum proses pengemasan. Dengan pencatatan yang akurat, petani dapat menentukan biaya pengemasan secara tepat, sehingga biaya tersebut dapat dimasukkan ke dalam total biaya produksi secara terukur. Hal ini akan memudahkan dalam menghitung harga jual produk secara kompetitif, memungkinkan produk salak untuk bersaing di pasar yang lebih

luas. Selain itu, pencatatan ini juga membuka peluang bagi petani untuk mengoptimalkan keuntungan karena adanya kontrol yang lebih baik terhadap biaya, serta membantu dalam mengambil keputusan bisnis yang lebih rasional dan berbasis data. Dengan demikian, pencatatan keuangan menjadi langkah awal yang penting dalam mendukung keberhasilan desain kemasan sebagai bagian dari strategi peningkatan nilai jual dan pengembangan usaha pertanian salak secara berkelanjutan.

REFERENSI

- Herydiansyah, G., Candra, M., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Dan Pajak Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Suluh Abdi : Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 84–89.
- Nugrahani. r. (2015). Peran Desain Grafis Pada Label Dan Kemasan Produk Makanan UMKM. *Imajinasi: Jurnal Seni*, 9(2), 127–136. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/index>
- Oemar, A. dan. (2017). Perencanaan Desain Kemasan Peppy's Snack Surabaya. *Jurnal Seni Rupa*, 5(3), 584–590.
- Sasongko, D. (2020). UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit. 2, 8–11.
- Jayadi, N., & Prasetya, R. D. (2017). Pengembangan desain produk berbahan baku limbah kerang di Bantul. *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan dan Perancangan Produk)*, 3(1), 35–41.
- Mulyana, A. F., Prasetya, R. D., & Jayadi, N. (2023). Perancangan produk furnitur co-working space dengan konsep open space. *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan dan Perancangan Produk)*, 6(2), 63–68.
- Calystasia, B., Prasetya, R. D., & Susanto, E. T. (2023). Konsistensi Identitas Citra Merek Produk Vespa di Mata Pengguna. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 21(1), 30–46.
- Faqih, I., Prasetya, R. D., & Adita, S. (2025). Inovasi produk diaper bag sebagai solusi privasi untuk kebutuhan bayi di ruang publik. *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan dan Perancangan Produk)*, 8(1), 91–102.