JURNAL PENGABDIAN SOSIAL
e-ISSN : 3031- 0059
Volume 4, No. 1, Tahun 2026
https://ejournal.jurnalpengabdiansosial.com/index.php/jps

Upgrading Kemasan dengan Sistem Window Box sebagai Upaya Re-Branding Produk Olahan Nila Panggang pada Desa Penatarsewu, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo

Rida Widyastuti[1], Dewi Alima Nostalia Suseno[2], Prayoto[3], Sri Wartini[4], Bambang Supriyadi[5], Jefri Putri Nugraha[6], Dimas Bayu Sasongko[7], Dhady Pelita Mahargyo[8], Djoko Surahmat[9]

[1,2,3,4,5,6,7,8,9] *Program Studi Agribisnis Perikanan, Politeknik Kelautan dan Perikanan, Sidoarjo, Indonesia*

Received : 29 September 2026, Revised : 11 Oktober 2026, Published : 02 November 2026

Corresponding Author
Nama Penulis: Dewi Alima Nostalia Suseno
E-mail: alimanostalia@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mendampingi pelaku usaha nila panggang di Desa Penatarsewu, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo, dalam memperbaiki kemasan dan identitas merek. Permasalahan awal yang teridentifikasi melalui observasi adalah penggunaan plastik biasa, tampilan produk yang belum konsisten, serta belum optimalnya identitas visual pada kemasan. Kegiatan dilaksanakan pada 18 Juni 2026 melalui observasi, bimbingan teknis, demonstrasi, praktik penggunaan vacuum sealer, penerapan dus window box, dan pendampingan label produk. Peserta kegiatan berjumlah [isi jumlah peserta] orang yang terdiri atas pelaku usaha pengolahan dan pemasaran hasil perikanan serta usaha rumah tangga pengolah nila panggang. Capaian dievaluasi secara deskriptif berdasarkan partisipasi, pemahaman materi, praktik penggunaan alat, dan kemampuan menata produk dalam kemasan baru. Hasil yang dapat diamati meliputi perubahan kemasan dari plastik biasa menjadi kemasan primer vakum yang dipadukan dengan kemasan sekunder window box, serta penerapan identitas visual berupa logo dan label. Simulasi harga menunjukkan peluang pengembangan produk premium, tetapi belum membuktikan kenaikan pendapatan aktual. Pengujian umur simpan dan evaluasi kuantitatif keterampilan belum dilakukan; karena itu, dampak terhadap keamanan dan masa simpan perlu diuji lebih lanjut.

Kata kunci *– pemberdayaan masyarakat, re-branding, nila panggang, vacuum sealing, window box*

Abstract

This community service activity supported grilled tilapia businesses in Penatarsewu Village, Tanggulangin District, Sidoarjo Regency, in improving product packaging and brand identity. Initial observations identified the use of ordinary plastic packaging, inconsistent product presentation, and a visual identity that had not been fully developed. The activity was conducted on 18 June 2026 through observation, technical guidance, demonstrations, hands-on vacuum sealer practice, the use of window boxes, and product-label assistance. Participants comprised [insert number] fish-processing and marketing operators and household-scale grilled tilapia processors. Outcomes were assessed descriptively through participation, understanding of the material, equipment use, and the ability to arrange products in the new packaging. Observable outputs included a change from ordinary plastic to vacuum primary packaging combined with a window-box secondary package, as well as the application of a logo and product label. A pricing simulation indicated potential for positioning the product

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

in a premium segment, but did not demonstrate an actual increase in income. Shelf-life testing and quantitative assessment of participants' skills were not conducted; therefore, effects on food safety and shelf life require further testing.

Keywords *- community empowerment, grilled tilapia, rebranding, vacuum sealing, window box*

How To Cite : *Widyastuti, R. ., Suseno, D. A. N. ., Prayoto, P., Wartini, S. ., Supriyadi, B. ., Nugraha, J. P. ., Sasongko, D. B. ., Mahargyo, D. P. ., & Surahmat, D. . (2026). Upgrading Kemasan dengan Sistem Window Box sebagai Upaya Re-Branding Produk Olahan Nila Panggang pada Desa Penatarsewu, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo. Jurnal Pengabdian Sosial, 4(1), 12-21. https://doi.org/10.59837/bp21kh70*

Copyright *©2026 Rida Widyastuti, Dewi Alima Nostalia Suseno, Prayoto Prayoto, Sri Wartini, Bambang Supriyadi, Jefri Putri Nugraha, Dimas Bayu Sasongko, Dhady Pelita Mahargyo, Djoko Surahmat*

PENDAHULUAN

Desa Penatarsewu, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor pengolahan hasil perikanan, khususnya produk olahan ikan nila panggang atau nila asap. Aktivitas pengolahan ikan di wilayah ini telah berkembang secara turun-temurun dan menjadi salah satu sumber mata pencaharian utama bagi masyarakat setempat. Keberadaan sumber daya perikanan yang melimpah serta keterampilan masyarakat dalam mengolah hasil perikanan menjadi produk bernilai tambah menjadikan Desa Penatarsewu berpeluang memajukan komoditas unggulan daerah. Produk nila panggang yang dihasilkan memiliki karakteristik khas berupa cita rasa gurih, aroma asap alami, serta proses pengolahan tradisional yang memberikan keunikan tersendiri dibandingkan produk sejenis di pasaran.

Potensi yang dimiliki oleh produk nila panggang Desa Penatarsewu belum sepenuhnya didukung oleh aspek pengemasan dan pemasaran yang optimal. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara awal dengan mitra, permasalahan spesifik yang dihadapi pelaku usaha adalah penggunaan kemasan plastik tipis (PE/PP) biasa berketebalan 0,03 mm tanpa segel kedap udara. Kemasan sederhana ini menyebabkan minyak ikan menyerap keluar, aroma asap khas mudah menguap, serta tekstur ikan menjadi cepat keras atau lembab. Paparan oksigen secara langsung memicu reaksi oksidasi lemak yang memicu ketengikan minyak ikan. Selain itu, kemasan tanpa desain dan identitas visual menyebabkan produk sulit dipasarkan di luar sentra lokal serta memiliki daya saing rendah di pasar oleh-oleh modern.

Kemasan pangan memiliki peran strategis yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung fisik, tetapi juga sebagai sarana pembentuk citra merek dan pendorong keputusan pembelian konsumen. Menurut Wulandari et al. (2025), inovasi visual dan estetika kemasan berkontribusi hingga 70% dalam pembentukan persepsi kualitas awal produk oleh konsumen. Di samping itu, tingkat keamanan pangan dan daya simpan produk sangat bergantung pada efektivitas sistem pengemasan primer yang diterapkan. Kemasan yang mampu mencegah kontaminasi mikroba serta menjaga kadar air produk dapat memperpanjang kesegaran ikan tanpa tambahan bahan pengawet sintetik.

Salah satu strategi teknologis untuk meningkatkan nilai tambah produk olahan ikan adalah kombinasi pengemasan vakum (vacuum sealing) dan kemasan sekunder berupa kotak bertingkap (window box). Penerapan vacuum sealing sebagai kemasan primer berfungsi mengeliminasi udara dari dalam wadah sehingga menghambat pertumbuhan bakteri aerobik dan meminimalkan oksidasi lipid. Sementara itu, kemasan sekunder window box berbahan karton tebal (corrugated kraft) memberikan perlindungan mekanis dari benturan saat pengiriman sekaligus menyediakan jendela transparan (window) agar konsumen dapat melihat kondisi fisik produk secara langsung tanpa membuka kemasan.

Selain aspek fisik kemasan, strategi re-branding melalui perancangan identitas visual yang terstruktur sangat penting untuk membedakan produk mitra dari kompetitor. Identitas visual yang

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

meliputi logo merek, label produk informatif (mencantumkan tanggal kedaluwarsa, komposisi, nomor legalitas, dan kontak pemesanan), serta tagline mampu meningkatkan kepercayaan publik (brand trust). Berdasarkan kondisi tersebut, Tim Pengabdian Politeknik Kelautan dan Perikanan Sidoarjo melaksanakan program "Upgrading Kemasan dengan Sistem Window Box sebagai Upaya Re-Branding Produk Olahan Nila Panggang pada Desa Penatarsewu, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo" guna memberikan solusi konkrit atas permasalahan kemasan dan pemasaran mitra.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat menggunakan pendekatan partisipatif melalui bimbingan teknis, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan. Kegiatan dilaksanakan pada 18 Juni 2026 di Balai Desa Penatarsewu, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo, oleh Tim Pengabdian Program Studi Agribisnis Perikanan, Politeknik Kelautan dan Perikanan Sidoarjo.

Mitra kegiatan adalah 10 orang pelaku usaha pengolahan ikan yang terdiri atas anggota kelompok pengolah dan pemasar hasil perikanan (Poklahsar) serta pelaku usaha rumah tangga pengolah nila panggang/nila asap di Desa Penatarsewu. Peserta dipilih secara purposif berdasarkan keterlibatan langsung dalam produksi, pengemasan, atau pemasaran produk nila panggang.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan kegiatan, serta tahap evaluasi dan pendampingan. Adapun tahapan kegiatan pengabdian dapat dijelaskan sebagai berikut: Tahap persiapan dilakukan melalui kegiatan survei pendahuluan dan identifikasi kondisi mitra. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku usaha, khususnya terkait sistem pengemasan, kualitas tampilan produk, serta kebutuhan pengembangan produk. Berdasarkan hasil observasi awal, diketahui bahwa produk nila panggang masih menggunakan kemasan sederhana sehingga diperlukan peningkatan pada aspek keamanan produk, daya simpan, dan tampilan visual kemasan.

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan penyusunan materi bimbingan teknis serta menyiapkan kebutuhan kegiatan berupa alat, bahan, dan media pendukung pelatihan. Persiapan yang dilakukan meliputi penyediaan mesin vacuum sealer, plastik vacuum, kemasan window box, serta perlengkapan desain label produk yang akan digunakan dalam kegiatan praktik.

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui penyampaian materi, diskusi interaktif, demonstrasi, dan praktik langsung bersama peserta kegiatan. Materi yang diberikan meliputi pentingnya kemasan dalam meningkatkan nilai jual produk, konsep dasar branding dan re-branding, penggunaan teknologi vacuum sealing sebagai kemasan primer, penerapan window box sebagai kemasan sekunder, serta pentingnya identitas visual produk melalui desain label.

Setelah penyampaian materi, peserta diberikan demonstrasi mengenai penggunaan mesin vacuum sealer dan tata cara pengemasan produk menggunakan sistem kemasan baru. Peserta kemudian melakukan praktik langsung dengan pendampingan dari tim pengabdian. Praktik dilakukan mulai dari proses persiapan produk, pemasangan kemasan vacuum, proses penyegelan menggunakan mesin vacuum sealer, hingga penataan produk pada kemasan window box agar memiliki tampilan yang lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan pasar.

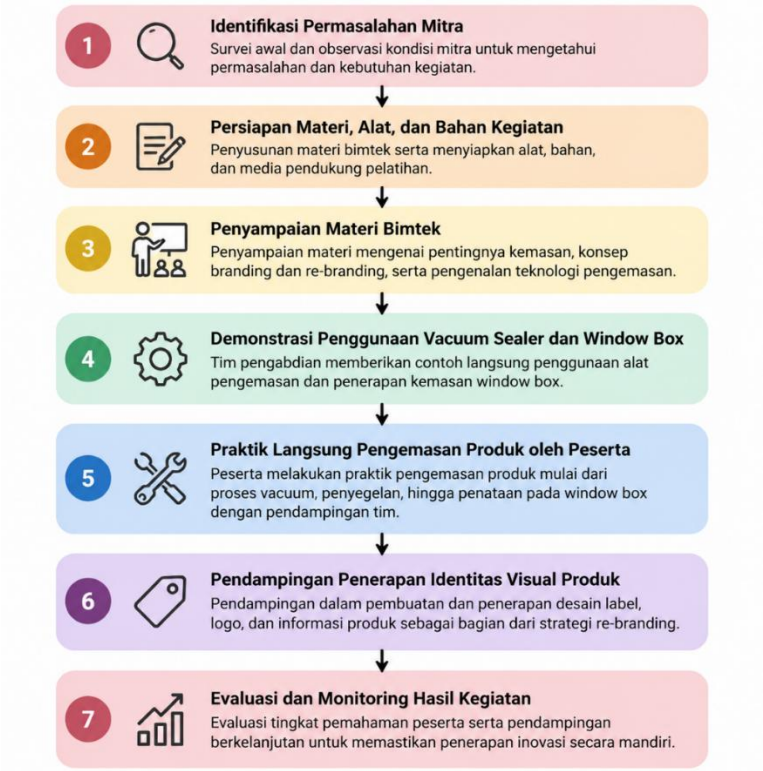
Selain peningkatan keterampilan teknis pengemasan, peserta juga diberikan pendampingan mengenai penerapan konsep re-branding melalui penggunaan identitas visual produk. Pendampingan tersebut mencakup pemahaman mengenai fungsi logo, label produk, informasi kemasan, serta bagaimana kemasan dapat menjadi media komunikasi antara produsen dan konsumen.

Tahap akhir kegiatan dilakukan melalui evaluasi untuk mengetahui tingkat pemahaman dan keberhasilan pelaksanaan kegiatan. Evaluasi dilakukan dengan melihat keterlibatan peserta selama kegiatan, pemahaman terhadap materi yang diberikan, kemampuan peserta dalam menggunakan alat pengemasan, serta kesiapan dalam menerapkan sistem kemasan baru pada produk nila panggang.

Selain evaluasi, dilakukan pendampingan terhadap peserta untuk memastikan inovasi yang diberikan dapat diterapkan secara berkelanjutan. Tim pengabdian memberikan dukungan berupa

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

bantuan peralatan pengemasan seperti mesin vacuum sealer, plastik vacuum, kemasan window box, dan perlengkapan label produk. Pemberian fasilitas tersebut bertujuan agar masyarakat mitra dapat melanjutkan penerapan teknologi pengemasan modern secara mandiri setelah kegiatan selesai.



Gambar 1. Kerangka Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Rangkaian tahapan pelaksanaan tersebut disusun secara sistematis agar proses transfer pengetahuan dan teknologi dapat berjalan secara optimal. Melalui pendekatan partisipatif, masyarakat mitra diharapkan mampu mengimplementasikan inovasi kemasan modern dan strategi re-branding secara mandiri sehingga dapat meningkatkan nilai tambah, daya saing, serta keberlanjutan produk olahan nila panggang Desa Penatarsewu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa produk nila panggang mitra dikemas menggunakan plastik sederhana tanpa identitas visual dan informasi produk yang memadai. Kemasan tersebut berfungsi sebagai pembungkus, tetapi belum mendukung penataan produk yang seragam, perlindungan bentuk produk, maupun komunikasi informasi kepada konsumen. Kondisi ini menjadi dasar pemilihan kemasan vakum sebagai kemasan primer dan window box sebagai kemasan sekunder.

Permasalahan tersebut sejalan dengan berbagai kegiatan pendampingan UMKM yang menunjukkan bahwa kemasan dan identitas visual perlu dikembangkan secara bersamaan. Kemasan tidak hanya berperan dalam menampilkan produk, tetapi juga membantu membangun pengenalan merek melalui penggunaan label, logo, dan informasi produk yang konsisten (Dawu et al., 2026; Pusposari et al., 2025; Wulandari et al., 2025). Secara lebih luas, elemen visual kemasan dapat memengaruhi evaluasi konsumen terhadap produk serta kecenderungan untuk membeli.

3.1 Pelaksanaan Kegiatan dan Peningkatan Kapasitas Mitra

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program "Upgrading Kemasan dengan Sistem Window Box sebagai Upaya Re-Branding Produk Olahan Nila Panggang pada Desa

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Penatarsewu, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo" telah dilaksanakan pada tanggal 18 Juni 2026 di Balai Desa Penatarsewu. Kegiatan ini merupakan upaya peningkatan nilai tambah produk olahan perikanan lokal melalui inovasi teknologi pengemasan dan penguatan identitas merek. Desa Penatarsewu memiliki potensi dalam pengolahan ikan nila panggang atau nila asap dengan karakteristik cita rasa gurih, aroma asap alami, dan proses pengolahan tradisional yang menjadi ciri khas produk. Namun, sebelum kegiatan dilaksanakan, produk masih menggunakan kemasan plastik sederhana yang belum memberikan perlindungan optimal dan belum mampu menampilkan identitas produk secara kuat. Kondisi tersebut menyebabkan produk memiliki keterbatasan dalam aspek tampilan, daya simpan, dan pengembangan pasar.

Kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai pentingnya kemasan sebagai bagian dari perlindungan produk sekaligus media pemasaran. Peserta diberikan pemahaman bahwa kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pembungkus, tetapi juga dapat menjadi bagian dari identitas dan komunikasi produk kepada konsumen. Materi yang diberikan mencakup konsep branding dan re-branding, penggunaan vacuum sealing sebagai kemasan primer, penerapan window box sebagai kemasan sekunder, serta penggunaan label dan identitas visual produk. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara partisipatif melalui diskusi, demonstrasi, dan praktik langsung. Pendekatan tersebut memungkinkan peserta untuk memahami fungsi setiap jenis kemasan sekaligus mempraktikkan penggunaannya secara langsung. Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan keterlibatan aktif dalam proses diskusi dan praktik penggunaan peralatan pengemasan.



Gambar 2. Penyerahan bantuan peralatan pengemasan kepada masyarakat mitra Desa Penatarsewu

Gambar 2 menunjukkan kegiatan penyerahan bantuan peralatan pendukung pengemasan kepada masyarakat mitra sebagai bentuk keberlanjutan program pengabdian. Bantuan yang diberikan berupa peralatan pengemasan modern yang digunakan untuk mendukung penerapan teknologi vacuum sealing dan sistem kemasan window box pada produk nila panggang

Berdasarkan hasil pengabdia, 4 dari 10 peserta mampu mengoperasikan vacuum sealer dan melakukan penyegelan kemasan sesuai tahapan yang didemonstrasikan. Kemasan vakum menghasilkan tampilan yang lebih rapat dibandingkan kemasan plastik biasa karena udara di dalam kemasan dikurangi. Secara prinsip, pengurangan oksigen dapat mendukung pengendalian proses oksidasi dan pertumbuhan mikroorganisme aerob, tetapi efektivitasnya terhadap mutu dan umur simpan produk harus dibuktikan melalui uji mikrobiologi, kimia, sensori, serta penetapan kondisi penyimpanan yang sesuai.

Dalam kegiatan ini, penggunaan vacuum sealing tidak dievaluasi sebagai uji umur simpan. Oleh sebab itu, klaim bahwa produk dapat bertahan selama 7–14 hari pada suhu ruang tidak

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

digunakan sebagai hasil kegiatan. Mitra perlu melakukan pengujian lanjutan untuk menentukan umur simpan yang aman dan menetapkan informasi penyimpanan yang tepat pada label produk.

Penerapan window box menghasilkan perubahan visual yang dapat diamati pada produk. Produk yang sebelumnya hanya dibungkus plastik kemudian ditata dalam kemasan sekunder yang lebih terstruktur. Bagian transparan pada window box memungkinkan produk terlihat tanpa membuka kemasan, sedangkan label membantu membedakan produk dan menyampaikan informasi dasar kepada calon konsumen. Pendekatan ini sejalan dengan kegiatan pendampingan packaging dan branding pada UMKM yang menempatkan kemasan sebagai media identitas dan komunikasi produk (Firdausi et al., 2026; Mufti et al., 2026; Nando et al., 2026; Rumiyanti et al., 2026; Wati et al., 2025).

Selain kemasan primer, inovasi juga diterapkan pada kemasan sekunder melalui penggunaan Dus Box Corrugated Window berbahan Kraft premium. Penerapan window box memberikan perubahan visual yang cukup jelas dibandingkan dengan penggunaan plastik sederhana. Bagian transparan pada kemasan memungkinkan konsumen melihat secara langsung bentuk produk tanpa harus membuka kemasan. Kondisi tersebut dapat memberikan informasi visual mengenai produk sekaligus meningkatkan daya tarik kemasan. Kemasan juga memberikan kesan yang lebih rapi dan profesional sehingga lebih sesuai dengan kebutuhan pemasaran produk pada pasar oleh-oleh maupun toko ritel.

Penerapan window box juga memberikan fungsi tambahan sebagai sarana komunikasi visual. Produk yang sebelumnya hanya dikemas secara sederhana kemudian ditampilkan dalam kemasan yang memiliki bentuk dan desain lebih terstruktur. Peserta dilatih untuk menata produk di dalam kemasan, memasang stiker merek, serta menggunakan segel kemasan. Dengan demikian, proses upgrading tidak hanya berfokus pada penggantian bahan kemasan, tetapi juga pada bagaimana produk ditampilkan agar memiliki karakter visual yang lebih kuat. Hal tersebut penting karena kemasan menjadi salah satu elemen pertama yang dilihat konsumen ketika mengenali suatu produk.



Gambar 3. Praktik penggunaan teknologi pengemasan dalam kegiatan Bimbingan Teknis

Hasil berikutnya terlihat pada aspek re-branding produk. Pendampingan dilakukan melalui pembuatan dan penerapan identitas visual berupa logo, label, serta informasi pendukung produk. Label digunakan untuk memberikan identitas yang lebih jelas sehingga produk nila panggang Desa Penatarsewu memiliki pembeda dibandingkan produk sejenis. Informasi yang dicantumkan pada kemasan juga berfungsi sebagai media komunikasi antara produsen dan konsumen. Dengan adanya identitas visual yang lebih konsisten, produk tidak lagi hanya dipandang sebagai produk olahan tradisional, tetapi mulai diarahkan menjadi produk yang memiliki tampilan profesional dan karakter merek yang lebih mudah dikenali.

Perubahan tersebut menunjukkan bahwa strategi re-branding dapat berjalan secara terpadu

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

dengan inovasi kemasan. Kemasan primer berfungsi memberikan perlindungan terhadap produk, sedangkan kemasan sekunder memberikan nilai estetika dan memperkuat tampilan produk. Sementara itu, identitas visual berfungsi membangun pengenalan terhadap produk. Ketiga aspek tersebut saling mendukung dalam membentuk persepsi produk yang lebih baik. Oleh karena itu, peningkatan kualitas kemasan tidak hanya dapat dilihat dari perubahan bentuk fisik kemasan, tetapi juga dari kemampuan kemasan dalam mendukung pemasaran dan membangun citra produk.

Dari sisi nilai ekonomi, kegiatan juga memberikan gambaran mengenai peluang peningkatan nilai jual produk. Berdasarkan simulasi bisnis yang dilakukan selama kegiatan, produk yang sebelumnya menggunakan plastik biasa dengan harga sekitar Rp25.000 per kemasan isi empat ekor dapat dikembangkan menjadi produk dengan konsep premium dengan kisaran harga sekitar Rp35.000–Rp45.000 per kemasan. Perubahan tersebut menunjukkan adanya peluang peningkatan nilai tambah melalui peningkatan kualitas tampilan, perlindungan produk, dan identitas merek. Dengan demikian, inovasi kemasan dapat menjadi salah satu strategi yang dapat digunakan pelaku usaha untuk meningkatkan persepsi kualitas produk dan menyesuaikan produk dengan segmen pasar yang lebih luas.

Peningkatan nilai jual tersebut perlu dipahami sebagai potensi pengembangan berdasarkan simulasi kegiatan, bukan sebagai peningkatan pendapatan yang telah diukur setelah kegiatan. Keberhasilan penerapan harga tersebut tetap dipengaruhi oleh penerimaan konsumen, biaya produksi dan kemasan, strategi pemasaran, serta kemampuan pelaku usaha dalam mempertahankan kualitas produk. Oleh sebab itu, pendampingan lanjutan tetap diperlukan agar inovasi kemasan yang telah diperkenalkan dapat diikuti dengan pengelolaan usaha dan pemasaran yang konsisten.

Capaian yang teramati selama kegiatan adalah tersedianya contoh kemasan primer vakum yang dipadukan dengan window box, penerapan identitas visual, praktik penggunaan alat, serta penyerahan perlengkapan pendukung. Namun, dokumentasi yang tersedia belum memuat jumlah peserta secara pasti, skor evaluasi sebelum dan sesudah kegiatan, atau rekap peserta yang mampu melakukan setiap langkah secara mandiri. Oleh karena itu, klaim peningkatan keterampilan hanya dapat dinyatakan sebagai pengalaman praktik dan pengenalan teknologi, bukan peningkatan terukur.

Pernyataan bahwa umur simpan meningkat dari 2–3 hari menjadi 7–14 hari pada suhu ruang dihapus sebagai kesimpulan hasil kegiatan karena tidak disertai protokol dan hasil pengujian yang memadai. Literatur produk perikanan menunjukkan bahwa umur simpan harus ditetapkan berdasarkan jenis produk dan evaluasi mutu yang sesuai; hasil dari produk lain tidak dapat langsung diterapkan pada nila panggang mitra (Noordin et al., 2014; Andriani et al., 2024; Gustiningrum et al., 2025). Tahap berikutnya sebaiknya mencakup uji mikrobiologi dan mutu selama penyimpanan pada kondisi yang ditetapkan, evaluasi penerimaan konsumen, pencatatan biaya, dan pemantauan penerapan kemasan oleh mitra.

Bantuan vacuum sealer, plastik vakum, dus window box, dan perlengkapan label memberi mitra sarana awal untuk melanjutkan praktik. Keberlanjutan akan lebih mungkin dicapai apabila penggunaan alat disertai prosedur sanitasi, penyimpanan yang sesuai, pencatatan biaya, serta konsistensi informasi pada label. Dengan demikian, hasil kegiatan saat ini terutama berupa perbaikan yang dapat diamati pada sistem pengemasan dan penyajian produk; dampak terhadap umur simpan, penjualan, dan daya saing jangka panjang masih perlu dievaluasi.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian di Desa Penatarsewu telah memfasilitasi pelaku usaha nila panggang untuk menerapkan kemasan vakum sebagai kemasan primer, window box sebagai kemasan sekunder, serta identitas visual melalui logo, label, dan informasi dasar produk. Berdasarkan hasil observasi praktik, peserta mampu mengikuti tahapan pengemasan dan penataan produk sesuai demonstrasi yang diberikan. Perubahan yang teramati adalah tampilan produk yang lebih rapi, kemasan yang lebih terstruktur, dan penerapan identitas visual yang lebih konsisten.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Kegiatan ini belum melakukan pengujian umur simpan, mutu mikrobiologi, keamanan pangan, penerimaan konsumen, maupun peningkatan pendapatan. Oleh karena itu, perubahan umur simpan dan peningkatan harga jual tidak dinyatakan sebagai hasil terukur. Simulasi harga hanya menunjukkan potensi pengembangan produk premium yang perlu diuji melalui pasar dan analisis biaya. Keberlanjutan program didukung melalui bantuan alat dan bahan kemasan, serta perlu dilanjutkan dengan pendampingan pencatatan produksi, uji mutu/umur simpan, pengurusan informasi label sesuai ketentuan, dan evaluasi penjualan setelah penerapan kemasan baru.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Kelautan dan Perikanan Sidoarjo, Pemerintah Desa Penatarsewu, serta masyarakat mitra, khususnya kelompok pengolah dan pemasar produk perikanan yang telah mendukung dan berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, fasilitas, dan bantuan selama proses persiapan hingga pelaksanaan kegiatan, sehingga program upgrading kemasan dan re-branding produk olahan nila panggang dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat bagi pengembangan usaha masyarakat Desa Penatarsewu.

DAFTAR PUSTAKA

Agustriani, F., Fauziyah, F., Ningsih, E. N., & Febrianti, A. A. P. (2026). Penguatan branding visual dan desain kemasan untuk meningkatkan daya saing produk UMKM. *Abdimas Mandalika*, 5(3), 112-119. https://doi.org/10.31764/am.v5i3.8921

Anggraini, D., & Setiawan, A. (2024). Penerapan teknologi pengemasan kedap udara untuk memperpanjang daya simpan produk perikanan asap. *Jurnal Teknologi Pangan Dan Hasil Perikanan*, 19(2), 101-109. https://doi.org/10.22146/jtphp.82311

Astuti, R. D., & Suryani, E. (2023). Strategi diferensiasi produk olahan tradisional melalui penguatan desain kemasan sekunder. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 25(1), 45-53. https://doi.org/10.9744/jmk.25.1.45-53

Budiyanto, H., & Pratama, M. R. (2024). Pemberdayaan kelompok pengolah ikan melalui inovasi alat vacuum sealer portable. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kelautan*, 6(2), 89-97. https://doi.org/10.20884/1.jpmk.2024.6.2.9122

Dawu, L. M. T., Prawiranegara, G. P., Annisawanti, H., Zarkasyi, W., Winarningsih, S., & Sukmadilaga, C. (2026). Pendampingan rebranding kemasan produk usaha mikro melalui desain visual untuk meningkatkan daya saing produk. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat,* 6(2), 145-152. https://doi.org/10.56393/jpkm.v6i2.4277

Firdausi, A. T., Damayanti, R., Arhandi, P. P., Hani'ah, M., Ismail, A., Noor Arief, S., & Batubulan, K. S. (2026). Pendampingan packaging dan branding pada UMKM produk khas di Desa Wringinsongo Tumpang Kabupaten Malang. *Jurnal Pengabdian Polinema Kepada Masyarakat,* 13(2), 96-101. https://doi.org/10.33795/jpkm.v13i2.9330

Handayani, S., & Purwanto, B. (2023). Pengaruh desain kemasan berbahan corrugated kraft terhadap minat beli konsumen olahan pangan. *Jurnal Industri Kreatif Dan Desain*, 11(3), 210-218. https://doi.org/10.31937/fiked.v11i3.2841

Hidayat, M. N., & Lestari, P. (2025). Peran kemasan transparan window box dalam memicu keputusan pembelian secara implisit. *Jurnal Riset Pemasaran,* 8(1), 12-20. https://doi.org/10.24036/jrp.v8i1.15234

Kusuma, I. W., & Rahmawati, D. (2024). Analisis kadar lemak dan tingkat ketengikan ikan asap dalam kemasan vakum selama penyimpanan. *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia*, 27(3), 412-421. https://doi.org/10.17844/jphpi.v27i3.51209

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Lestari, T., & Nugroho, A. (2023). Pendampingan perizinan dan digital branding untuk produk UMKM sektor perikanan. *Jurnal Pengabdian Industri Lokal,* 4(2), 77-85. https://doi.org/10.35974/jpil.v4i2.3102

Mardiana, L., & Wijaya, C. (2024). Pengembangan identitas visual produk pangan lokal berbasis keunggulan daerah. *Jurnal Desain Komunikasi Visual,* 12(1), 33-42. https://doi.org/10.24821/dkv.v12i1.7821

Mufti, D., Noviyarsi, N., Ulfah, M., & Burmawi, B. (2026). Inovasi pengemasan produk sebagai upaya peningkatan daya saing UMKM dalam program pengabdian kepada masyarakat. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat,* 11(3), 706-713. https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v11i3.11249

Nando, F. T., Halimah, H., Hafidz, A. W., Pratama, T. Y. L., Soraya, P. A., Sumiati, S., & Faisal, M. H. (2026). Pelatihan penggunaan kemasan standing pouch ziplock ecogreen UMKM "Eka Putra" RW.01 Desa Sumberkembar Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto. *Journal of Community Services and Applied Sciences,* 4(1), 34-41. https://doi.org/10.30595/jcsas.v4i1.9821

Ningsih, S. R., & Utami, K. (2025). Evaluasi peningkatan keterampilan Poklahsar melalui metode demonstrasi terpadu. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Pesisir,* 7(1), 60-68. https://doi.org/10.30598/jpmp.v7i1.4112

Pratama, A. Y., & Firmansyah, R. (2023). Karakteristik kimia dan mikrobiologi ikan nila panggang pada berbagai jenis bahan kemasan. *Jurnal Ilmu Perikanan Dan Kelautan,* 15(2), 178-186. https://doi.org/10.20473/jipk.v15i2.42100

Pusposari, L. F., Firmantika, L., Hidayat, I. W., & Saputri, A. B. (2025). Penguatan branding produk UMKM melalui kreasi label dan kemasan. *Amal Ilmiah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 55-62. https://doi.org/10.36709/amalilmiah.v7i1.433

Rahayu, M., & Fitriani, N. (2024). Optimalisasi pemasaran produk olahan perikanan melalui kemasan higienis berstandar ritel. *Jurnal Agribisnis Perikanan,* 17(1), 90-98. https://doi.org/10.29239/j.agrikan.17.1.90-98

Rumiyanti, L., Rafadini, N. D., Arly, K. P., Yuliyanti, Y., Suciyati, S. W., Juliasih, N. L. G. R., Abdurrahman, A. F., Aprilia, A., & Fakhira, L. (2026). Pemberdayaan PKK Langkapura melalui pelatihan pengemasan vakum dan penguatan digital branding pangan olahan berbasis UMKM. *Jurnal Pengabdian Dharma Wacana,* 7(1), 17-27. https://doi.org/10.37295/jpdw.v7i1.663

Santoso, B., & Triwibowo, A. (2023). Pengaruh teknologi vakum terhadap perubahan kadar air dan ketahanan organoleptik produk asap. *Jurnal Teknologi Hasil Perikanan,* 12(2), 130-139. https://doi.org/10.35800/jthp.12.2.2023.45129

Saputra, D., & Hapsari, W. (2025). Edukasi pentingnya sertifikasi dan kemasan modern pada UMKM pengolahan perikanan. *Jurnal Abdimas Agro,* 6(1), 15-23. https://doi.org/10.25077/jaa.v6i1.309

Setiawan, H., & Kurniawan, I. (2024). Efektivitas stiker label informatif dalam meningkatkan persepsi mutu pangan lokal. *Jurnal Pangan Dan Gizi,* 14(2), 105-113. https://doi.org/10.26714/jpg.14.2.2024.105-113

Susanti, E., & Rahayu, S. (2023). Strategi re-branding UMKM pangan berbasis nilai estetika dan kemudahan distribusi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan,* 23(3), 301-310. https://doi.org/10.33021/jek.v23i3.4110

Utomo, R. P., & Prasetyo, E. (2024). Penerapan kemasan ganda (double packaging) untuk perlindungan mutu dan tampilan produk oleh-oleh. *Jurnal Pengemasan Pangan,* 5(2), 65-73. https://doi.org/10.21107/jpp.v5i2.18921

Wati, F. F., Hidayati, N., Maulidah, M., Khalimah, S., & Nugraha, G. P. (2025). Peningkatan daya saing produk UMKM Sampurna Jaya Desa Sidapurna melalui pelatihan branding dan packaging. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat,* 8(1), 88-95. https://doi.org/10.31294/jabdimas.v8i1.7429

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Wibowo, S., & Suryani, T. (2025). Peningkatan daya tahan produk perikanan tradisional melalui kombinasi sanitasi dan pengemasan vakum. *Jurnal Pascanusa,* 10(1), 40-49. https://doi.org/10.15578/pascanusa.v10i1.12901

Wijaya, K., & Indriani, M. (2023). Perancangan kemasan sekunder window box untuk peningkatan citra merek produk perikanan UMKM. *Jurnal Seni Rupa Dan Desain,* 16(2), 150-159. https://doi.org/10.24821/fs.v16i2.6102

Wulandari, C., Sholihah, Z., Failany, M. A., Imamsyah, M. A., Utomo, F. N., & Tamyiz, M. (2025). Pendampingan pembuatan kemasan sebagai alat branding: Menciptakan identitas produk yang kuat. *Madiun Spoor: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 22-29. https://doi.org/10.37367/jpm.v5i1.428

Yudiarti, D., Naufalina, F. E., & Budiman, A. (2025). Hibah kemasan produk UMKM unggulan Kelurahan Jelekong dalam upaya meningkatkan brand recognition. *Charity: Jurnal Pengabdian Masyarakat,* 8(1), 40-47. https://doi.org/10.25124/charity.v8i1.8857

Yulia, E., & Marlina, L. (2024). Pendampingan diversifikasi dan modernisasi kemasan bagi kelompok wanita tani pengolah ikan. *Jurnal Pengabdian Vokasi*, 4(3), 201-208. https://doi.org/10.14710/jpv.v4i3.19022

Yuliani, R., & Farida, S. (2025). Peran branding visual dalam memperluas jangkauan pasar produk olahan perikanan desa. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat,* 9(2), 112-120. https://doi.org/10.22146/jpm.v9i2.71203

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license