

PENERAPAN PENGEMASAN PRODUK BISNIS RUMAHAN DI DESA TANJUNG ALAM KECAMATAN SEI DADAP KABUPATEN ASAHAN ASAHAN

Tengku Syarifah¹, Mhd Siddik², Habib Irsyadi Panjaitan²
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Asahan
E-mail: tengkusari72@gmail.com

ABSTRAK

Kemasan merupakan salah satu bagian terpenting dalam sebuah produk. Kemasan adalah bahan atau alat yang digunakan untuk mewadahi dan/atau membungkus produk baik yang bersentuhan langsung maupun tidak. Pengemasan dilakukan untuk melindungi dan menjaga produk agar tidak terkontaminasi oleh pengaruh luar dan menjamin agar barang dalam keadaan bersih dan higienis. Namun masih banyak ditemukan pelaku usaha yang kurang memperhatikan hal tersebut. Sehingga perlu adanya penyuluhan untuk menambah pengetahuan masyarakat tentang hal ini. Adapun Langkah yang dilakukan salah satunya melalui program pengabdian kepada masyarakat (PKM). Bentuk kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan membantu pelaku usaha untuk membuat kemasan yang baik dan menarik sehingga diharapkan menambah daya jual yang semakin meningkat. Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Tanjung Alam.

Kata kunci: Kemasan Produk, Bisnis rumahan

ABSTRACT

Packaging is one of the most important parts of a product. Packaging is material or equipment used to contain and/or wrap products, whether in direct or indirect contact. Packaging is done to protect and keep the product from being contaminated by external influences and to ensure that the goods are clean and hygienic. However, there are still many business actors who pay less attention to this matter. So there is a need for counseling to increase public knowledge about this. One of the steps taken is through the community service program (PKM). This form of community service activity is by helping business actors to make good and attractive packaging so that it is expected to increase selling power which is increasing. This community service program was carried out in Tanjung Alam Village.

Keywords: Product Packaging, Home business

PENDAHULUAN

Berdasarkan Undang-Undang No. 18 Tahun 2012 Pasal 69 tentang Penyelenggaraan Keamanan Pangan dilakukan melalui, Sanitasi Pangan, pengaturan terhadap bahan tambahan Pangan, pengaturan terhadap Pangan

Produk Rekayasa Genetik, pengaturan terhadap Iradiasi Pangan, penetapan standar Kemasan Pangan, pemberian jaminan Keamanan Pangan dan Mutu Pangan, dan jaminan produk halal bagi yang dipersyaratkan (Kredit et al. 2006).

Undang-Undang No. 18 Tahun 2012 Pasal 82 ayat (1) disebutkan bahwa Setiap orang yang melakukan produksi Pangan dalam kemasan wajib menggunakan bahan kemasan pangan yang tidak membahayakan kesehatan manusia atau tidak melepaskan cemaran yang membahayakan kesehatan manusia (Kredit et al. 2006).

Kemasan berfungsi sebagai wadah untuk membungkus produk dan melindungi dari bahaya, juga digunakan alat distribusi dan pemasaran/penjualan sehingga desain dan bentuk kemasan disesuaikan dengan produk yang akan dikemas dan area pasar ingin dituju.

Wadah yang digunakan hendaknya layak dan aman terhadap produk dan penggunaannya. Fungsi lain wadah kemasan adalah sebagai pelindung isi kemasan dari panas, air, mikroorganisme, dan bahan pencemar tertentu sehingga menjaga kualitas produk tetap awet dan segar dalam jangka waktu tertentu.

Adapun kemasan sebagai sarana distribusi artinya kemasan yang ada mudah dan gampang digunakan, mampu menampung dan melindungi isi produk serta ekonomis saat didistribusikan. Selain itu, bentuk kemasan juga sangat berpengaruh ketika didistribusikan. Apabila bentuk kemasan tidak sesuai maka akan menyulitkan proses distribusi.

Kemasan sebagai alat pemasaran karena kemasan dapat menjadi daya tarik yang dapat meningkatkan penjualan suatu produk. Banyak keputusan pembelian yang dilakukan pembeli karena melihat kemasan dan informasi-informasi yang tertera di dalamnya.

Branding produk melalui kemasan berarti melibatkan upaya untuk memperkuat citra produk melalui desain kemasan. Desain kemasan memerlukan perhatian khusus karena merupakan citra produk yang melekat di pikiran konsumen begitu melihat kemasan produk yang akan dijual. Saat membuat kemasan produk, kita harus bisa menyampaikan pesan pembelian "beli produk ini". Daya tarik kemasan mempengaruhi reaksi positif konsumen berupa keputusan pembelian. Kemasan yang unik, menarik, dan sugestif konsumen merupakan salah satu faktor

yang mendorong keputusan pembelian yang diharapkan akan menaikkan keuntungan yang diharapkan pelaku usaha.

Daya tarik kemasan terdiri dari visual dan fungsionalitas. Daya tarik visual mengacu pada kemampuan kemasan untuk menunjukkan keunggulan produk melalui unsur-unsur yang ditangkap oleh indra visual misalnya pemilihan warna, ilustrasi, huruf, dan unsur linguistik seperti identitas perusahaan, nama produk, dan informasi pada label. Elemen visual harus dirancang semenarik mungkin dan sesuai dengan citra yang akan dibangun dan area pasar yang dituju. Sedangkan elemen linguistik harus singkat dan pada sehingga mudah dipahami.

Tampilan dan fungsionalitas kemasan lebih menekankan pada kepraktisan, misalnya mudah dibawa, mudah disimpan, dan mudah dibuka/ditutup. Contoh suatu produk kosmetik yang dikemas dalam kemasan yang kokoh, dapat dibuka dan ditutup berulang kali, tersedia berbagai ukuran sehingga memudahkan konsumen untuk membawa dan menyimpan di dalam tas. Jadi bias dibayangkan ketika sebuah produk biasa dikemas dalam kemasan yang dirancang dengan baik dan rapi, maka konsumen akan merasakan kenyamanan dalam menikmati produk tersebut. Sebaliknya, jika kemasan produk sulit dibuka, atau mudah rusak dan tidak dapat digunakan lagi, maka penilaian konsumen pun tidak akan baik.

Dari perspektif produk, suatu pengemasan dapat berfungsi dengan menambahkan fungsionalitas atau fitur pada produk. Contoh makanan yang dulunya memiliki umur simpan yang pendek karena jenis kemasan tertentu. Produk dengan banyak bagian dapat dikemas dengan rapi.

Pengemasan produk yang baik harus mudah saat dipindahkan. Dengan cara ini, produk dapat dipindahkan dengan aman dan isi serta bentuknya tetap terjaga. Produk yang dikemas dengan baik juga dapat terlihat rapi dan tetap memiliki unsur estetika saat dipindahkan, ditata, ditumpuk atau dipajang.

Selain itu, kemasan dapat secara signifikan menentukan tingkat harga dimana suatu produk berada. Produk yang dikemas dengan baik dapat terlihat unggul dibandingkan dengan produk serupa

lainnya. Sebuah sofa bisa tampak mewah melalui desain bentuk dan warna yang menarik, bahkan sebelum mencoba mendudukinya untuk mencoba kenyamannya. Kue yang dikemas dengan plastik kresek atau plastik bening ditempel stiker seadanya dengan harga sepuluh ribu akan terlihat kurang menarik dibandingkan dengan kue yang dikemas dalam sebuah kotak dengan corak warna yang menarik, tertulis informasi merek, tanggal pembuatan dan kadaluwarsa dan informasi penting lainnya seharga tiga puluh ribu rupiah. Maka perbedaan keuntungan yang akan didapatkan jauh berbeda.

Oleh karena itu, para pelaku usaha harus kreatif dan inovatif dalam mendesain kemasan sehingga dapat menyampaikan pesan yang tepat dan mengomunikasikan elemen merek yang penting. Setiap elemen elemen yang diberikan oleh kemasan dapat menjamin loyalitas konsumen, meningkatkan kesadaran merek dan memudahkan konsumen untuk melihat keunggulan atau karakteristik produk. Kemasan dapat menjadi alat promosi dan penyampaian pesan penjualan yang efektif sehingga upaya menaikkan produk menjadi berhasil.

METODE

Program pelatihan penerapan pengemasan produk bisnis rumahan dilakukan sebagai upaya memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada para pelaku usaha UMKM Desa Tanjung Alam Kecamatan Sei Dadap, Kabupaten Asahan, Adapun langkah-langkah dalam pelaksanaan kegiatan ini:

- a. Observasi dan Wawancara
Mendata warga yang memiliki UMKM Desa Tanjung Alam kemudian menganalisis permasalahan-permasalahan yang dihadapi di UMKM.
- b. Pelaksanaan Kegiatan
Sebelum melaksanakan kegiatan terlebih dahulu menyediakan fasilitas yang akan digunakan sebagai tempat pelaksanaan kegiatan. Kemudian mempersiapkan materi pelatihan/ sosialisasi. Selanjutnya mengundang para pelaku usaha UMKM ke Balai Desa Tanjung Alam sebagai lokasi kegiatan pengabdian masyarakat atau sosialisasi/pelatihan yang akan

dilakukan. Setelah mempresentasikan serta menginformasikan tentang rancangan Program Kegiatan yang disusun/ dibuat oleh tim pengabdian kepada masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan ini diikuti oleh 20 peserta yang terdiri dari kepala dusun, anggota PKK, dan para pelaku usaha UMKM dari berbagai jenis usaha seperti jamu, wajik labu, tape, kue cucur, dodol, kripik, gula merah dimana dalam menjualnya masih menggunakan kemasan yang sederhana dan belum menarik untuk produknya.

Dari pemetaan lokasi mitra akan dilakukan rangkaian kegiatan pengabdian untuk bersama-sama membuat analisis situasi, permasalahan, peluang, pengembangan dan solusi yang dilaksanakan tanggal 12 Mei 2022. Kemudian kegiatan selanjutnya dilakukan sosialisasi pelatihan penggunaan kemasan pada produk UMKM pada tanggal 25 Mei 2022. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk membantu mitra memahami pentingnya penggunaan kemasan yang menarik untuk meningkatkan nilai produk/nilai jual produk dan keuntungan usaha. Pada kegiatan pengabdian ini tim pengabdian mencari lebih dalam permasalahan para mitra sehingga mitra menyampaikan permasalahan yang mereka hadapi dalam meusahanya terutama dalam proses pengemasan.



Gambar 1. Proses pembuatan gula Merah



Gambar 2. Pengemasan UMKM Tape

Peserta Sosialisai diberikan penjelasan mengenai definisi dan fungsi kemasan. Secara umum fungsi kemasan adalah sebagai bahan pelindung atau engaman barang/produk dari pengaruh-pengaruh luar yang dapat mempercepat terjadinya kerusakan barang/produk yang terdapat di dalamnya. Namun selain itu kemasan masih memiliki fungsi-fungsi atau kegunaan lain yang tidak kalah pentingnya seperti mempermudah distribusi atau pengontrolan produk dan bahkan saat ini ada fungsi yang sangat penting yaitu kemasan sebagai media atau sarana informasi dan promosi dari produk yang ditawarkan yang ada di dalam kemasan (Abdul Aziz Said, 2016). Kemudian, materi dilanjutkan dengan pemaparan mengenai tujuan pengemasan serta bahanbahan yang sering dipakai sebagai bahan dasar kemasan.



Gambar 3. Sosialisai Pelatihan Kemasan Para Pelaku Usaha UMKM



Gambar 4. Pemaparan Materi Oleh Narasumber Tengku Syarifah.



Gambar 5. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian keada Masyarakat

Langkah selanjutnya dari tim pengabdian kepada masyarakat adalah menghasilkan kemasan produk dengan desain kemasan yang menarik. Dengan kemasan baru bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah produk serta memperpanjang masa simpan produk.



Gambar 6. Proses pengemasan produk



Gambar 7. Produk yang telah dikemas dengan baik

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat penerapan pengemasan produk bisnis rumahan di Desa Tanjung Alam Kecamatan Sei Dadap Kabupaten Asahan ini berdampak positif kepada pelaku usaha UMKM dan bermanfaat dan mengharapkan kegiatan ini berkelanjutan. Penerapan kemasan yang menarik bukan saja dapat meningkatkan daya beli, namun juga mempermudah promosi serta meningkatkan nilai tambah produk.

SARAN

Diharapkan kepada pelaku UMKM untuk menjaga kualitas produknya, kemasan yang aman dan menarik serta meningkatkan pengelolaan pemasaran dengan baik, selanjutnya memiliki perizinan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Rahmawati, “Pengemasan dan Pelabelan,” *Biomaterials*, vol. 29, no. 34, pp. 4471–4480, 2013.
- [2] M. E. Apriyanti, “Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan,” *Sosio e-kons*, vol. 10, no. 1, p. 20, 2018, doi: 10.30998/sosioekons.v10i1.2223.
- [3] W. Swasty, Y. Rahman, and A. N. Fadilla, “Pelatihan Kemasan Produk Kuliner Yang Persuasif Bagi Koperasi Dan Ukm Kabupaten Bandung,” *Charity*, vol. 2, no. 1, pp. 0–1, 2019, doi: 10.25124/charity.v2i1.2067.
- [4] A. J. Prasetya, Y. T. Laksono, and W. Hidayat, “Pengabdian Kepada Masyarakat (Pkm) Pengembangan Marketing Website Dan Desain Kemasan Pada Ukm Bumi Cipta Sejahtera Surabaya,” *JPM17 J. Pengabdi. Masy.*, vol. 5, no. 01, pp. 92–98, 2020, doi: 10.30996/jpm17.v5i01.3254.
- [5] D. Hariyanto, A. Zaki Azzuhairi, A. Winarno, and A. Hermawan, “Pengembangan Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Batik Sujo,” *Community Dev. J. J. Pengabdi. Masy.*, vol. 3, no. 1, pp. 191–196, 2022, doi: 10.31004/cdj.v3i1.3087.
- [6] A. Widiati, “Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di ‘Mas Pack’ Terminal Kemasan Pontianak,” *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit dan Akunt. Fak. Ekon. Univ. Tanjungpura)*, vol. 8, no. 2, pp. 67–76, 2020, doi: 10.26418/jaakfe.v8i2.40670.
- [7] D. Industri, “Kemasan Produk Untuk Pember- Participatory Learning and,” 2023.
- [8] F. Yudhanto, R. A. Anugrah, and O. Wijaya, “Pelatihan Pengemasan Dan Pemasaran Produk Ukm Masyarakat Di Desa Wates Kulon Progo,” *Disem. J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 4, no. 1, pp. 68–73, 2022, doi: 10.33830/diseinasiabdimas.v4i1.1833.
- [9] P. Kredit, K. P. Jakarta, K. Cabang, and L. Negeri, “Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia,” pp. 1–27, 2006.
- [10] U. N. Penmas, P. Melalui, E. Kreatif, and B. Kain, “Un penmas,” vol. 1, no. 2, pp. 57–64, 2021.