

PELATIHAN PEMBUATAN KEMASAN (*PACKAGING*) UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK OLAHAN MAKANAN DAN MINUMAN DI MITRA BINAAN FATAYAT NU KABUPATEN CILACAP

Anisha Dian Iswahyuni*

Program Studi Teknik Industri
Universitas Nahdlatul Ulama Al
Ghazali

anisha.unugha@gmail.com

Aji Kusumastuti Hendrawan

Program studi Teknik Industri
Universitas Nahdlatul Ulama Al
Ghazali

ajikusumastutih@unugha.id

Arnesya Ramadhani

Program studi Teknik Kimia
Universitas Nahdlatul Ulama Al
Ghazali

arnesyaramadhani6@gmail.com

Faisol Anam

Program studi Teknik Industri
Universitas Nahdlatul Ulama Al
Ghazali

* Corresponding author

Naskah dikirim 8 Desember 2021

Naskah direvisi 26 April 2022

Naskah diterima 16 Mei 2022

PENDAHULUAN

Kemasan atau packaging merupakan salah satu ujung tombak penjualan suatu produk yang berhadapan langsung dengan konsumen [1], [2]. Pada awalnya packaging hanya berfungsi sebagai wadah atau bungkus yang berfungsi untuk melindungi atau menutupi atau untuk memudahkan suatu produk dibawa, tetapi seiring perkembangan zaman, packaging dituntut untuk mampu menumbuhkan ketertarikan konsumen untuk membeli [3]. Dalam perancangan packaging tidak hanya sekedar asal merancang saja, tetapi dituntut adanya ide-ide atau kreativitas yang mampu menuangkan keunggulan sebuah merk atau

ABSTRAK

Mitra binaan Fatayat NU Kecamatan Kesugihan merupakan kelompok mitra yang cukup maju dalam produksi dan pemasaran makanan, serta banyak variasi produknya, akan tetapi memiliki permasalahan dalam hal pengemasan produk. Pada pengabdian masyarakat kali ini bertujuan untuk memberikan pelatihan pembuatan kemasan dan label produk olahan makanan ringan untuk pelaku usaha di mitra binaan Fatayat NU. Hal tersebut untuk memberikan wawasan standarisasi desain dan bentuk kemasan baru yang membuat produk menjadi lebih bernilai, aman dan mampu bersaing dipasaran. Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini yang pertama yaitu metode pesentasi mengenai standarisasi kemasan produk dan packaging design, yang kedua metode demonstrasi mengenai proses perancangan dan penggunaan mesin kemasan, yang ketiga metode praktik yaitu pembuatan konsep desain label kemasan dan praktik penggunaan alat-alat pengemasan secara langsung oleh peserta pelatihan disesuaikan dengan ukuran dan jenis produk olahan makanan dan minuman yang di produksi oleh ibu-ibu mitra binaan Fatayat, dan yang terakhir adalah metode evaluasi dengan mengamati hasil yang diciptakan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan pada range waktu 2 November sampai 5 Desember 2021.

KATA KUNCI: Pelatihan Pembuatan Kemasan, Mitra Binaan Fatayat, *Packaging*, kemasan makanan

produk sehingga tampilan desain mampu “menjual” dan harus menarik serta enak dipandang untuk menarik hati konsumen [4].

Adanya kemasan/packaging yang baik hendaknya dapat menjadi media komunikasi/promosi yang mendongkrak penjualan, karena packaging pada saat ini mengalami pergeseran fungsi yang awalnya hanya melindungi sebuah produk, kini berfungsi sebagai identifikasi sebuah merk dagang [5]. Perkembangan packaging dan pemberian label menjadikan bagian ujung tombak dari promosi suatu produk yang akhirnya berfungsi meningkatkan nilai jual produk [6]. Produk-produk olahan makanan dan minuman yang diproduksi oleh para pelaku usaha rumah tangga sangat beraneka

ragam terutama di Cilacap yang mana memerlukan perhatian dalam hal pengemasannya. Pengetahuan tentang standarisasi kemasan produk, variasi bentuk kemasan yang menarik dan sesuai dengan fungsinya masih belum dipahami oleh pemilik usaha di Cilacap seperti penuturan bu lis, selaku ketua bidang ekonomi.

Fatayat Kabupaten Cilacap memiliki banyak pelaku usaha seperti yang ditampilkan pada **Gambar 1**, namun kualitas kemasan produk mitra binaan Fatayat masih standar dan kurang menarik. Kemasan produk makanan yang ada di mitra binaan Fatayat masih sangat sederhana yaitu dengan menggunakan plastik serta distaples atau perekatan menggunakan panas dari lilin, sehingga peluang kebocoran pada kemasan cukup besar dan produk tidak akan tahan lama. Kemasan produk makanan yang ada di mitra binaan Fatayat juga belum memiliki label.



Gambar 1. Pengemasan Produk Makanan Yang Masih Sederhana

Masih banyak pelaku usaha di Fatayat Kabupaten Cilacap yang belum mengetahui tentang kemasan yang baik, aman, informasi apa saja yang harus dicantumkan dalam sebuah kemasan (label), serta teknik pengemasan dan desain kemasan yang menarik. Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pembuatan kemasan atau *packaging* pada produk olahan makanan dan minuman perlu untuk dilaksanakan. Pelatihan ini akan memberikan wawasan standarisasi kemasan produk, desain dan bentuk kemasan baru yang membuat produk memiliki daya tarik konsumen, lebih bernilai, aman dan mampu

bersaing dipasaran [7]. Adapun mitra yang menjadi sasaran kegiatan kali ini adalah kelompok mitra binaan Fatayat NU kecamatan Kesugihan dengan alasan bahwa kelompok mitra tersebut cukup maju produksi dan pemasaran, serta variasi produknya, akan tetapi memiliki permasalahan dalam hal pengemasan produk.

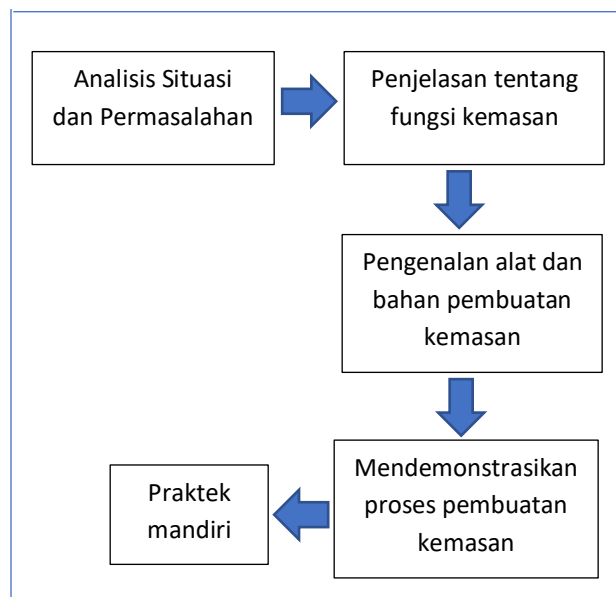
METODE

A. Solusi Permasalahan

Pada pengabdian masyarakat ini kami akan memberikan solusi berupa pelatihan kepada pelaku usaha kelompok mitra binaan Fatayat Kesugihan. Berikut ini tahapan solusi permasalahan dalam bentuk pelatihan:

1. Tim pelaksana mengedukasi manfaat dan pentingnya fungsi kemasan pada peserta pelatihan.
2. Tim pelaksana mempertunjukkan alat dan bahan yang digunakan dalam proses pembuatan kemasan.
3. Tim pelaksana mempertunjukkan contoh-contoh kemasan dari berbagai bahan
4. Tim pelaksana mendemonstrasikan proses pembuatan kemasan mulai dari pembuatan desain, pembentukan, pembuatan label dan finishing akhir.

Langkah-langkah penyelesaian masalah dapat dilihat dalam diagram alir pada **Gambar 2** di bawah ini:



Gambar 2. Diagram Alir Langkah Penyelesaian

B. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini ditujukan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan pembuatan kemasan produk olahan makanan kelompok mitra binaan Fatayat Kecamatan Kesugihan. Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan ini terdiri dari 4 metode yaitu presentasi, demonstrasi, dan praktik secara individu maupun kelompok, berikut penjelasan dari keempat metode:

1. Metode presentasi

Metode ini digunakan untuk menyampaikan beberapa hal yang berkaitan dengan manfaat, fungsi, bahan alat, bagaimana cara membuat kemasan produk, mulai dari awal sampai akhir.

2. Metode Demonstrasi

Metode ini digunakan untuk mempertunjukkan cara pembuatan kemasan produk olahan makanan. Diharapkan dengan adanya metode ini para peserta dapat mempraktikkan langsung membuat kemasan sesuai dengan prosedur dan standar kemasan

3. Metode Praktik

Metode ini dilakukan untuk melatih anggota kelompok mitra Fatayat Kesugihan dalam membuat kemasan. Metode ini dilakukan agar para pelaku usaha tersebut mempunyai pengalaman langsung tentang pembuatan kemasan produknya.

HASIL DAN ANALISA

A. Pengemasan dan Pelabelan Produk

Fatayat Kabupaten Cilacap memiliki banyak pelaku usaha, masyarakat di daerah tersebut banyak yang menjual makanan ringan seperti keripik pisang, keripik bisono, dan keripik muntul. Makanan ringan yang memiliki nama-nama yang unik ini juga memiliki rasa yang enak. Keripik Pisang merupakan makanan ringan yang dibuat dari pisang kapok atau pisang raja yang diiris tipis lalu digoreng. Keripik bisono merupakan makanan ringan yang terbuat dari tanaman talas yang diiris tipis lalu digoreng. Sedangkan keripik muntul merupakan makanan ringan yang terbuat dari tanaman ubi yang diiris tipis lalu digoreng, namun kemasan yang digunakan oleh pelaku usaha di Fatayat Kabupaten Cilacap masih sangat tradisional atau sederhana. Kemasan yang digunakan masih menggunakan plastik tipis dan di staples sehingga terlihat kurang menarik seperti yang terlihat pada **Gambar 3**. Pengemasan yang tidak baik dan benar akan menimbulkan kerusakan pada makanannya seperti makanan menjadi mudah basi dan makanan menjadi tidak renyah [8].



Gambar 3. Pengemasan Makanan Ringan Di Fatayat Kabupaten Cilacap

Pengabdian masyarakat dilakukan pada tanggal 6 November 2021 yang dilakukan di ruangan KB Annisa II Desa Keleng Kabupaten Cilacap. Pelatihan pada pengabdian masyarakat ini berisi penyampaian informasi pentingnya penggunaan kemasan yang baik dan praktek penggunaan pengemasan yang baik. Penyampaian materi dan praktek penggunaan pengemasan dapat dilihat pada **Gambar 4**.



Gambar 4. Pelatihan Kemasan Pada Produk Makanan Ringan

Gambar 4 menunjukkan proses pelatihan kemasan produk yang terdiri dari menyampaikan materi dan praktek pegemasan yang baik. Kemasan pangan merupakan bahan yang digunakan untuk mewardahi dan atau membungkus pangan, baik yang bersentuhan langsung dengan pangan maupun tidak. Fungsi dari pengemasan yaitu sebagai pengawetan, sebagai pelindung pada makanan, sebagai wadah, dan sebagai sarana komunikasi [6]. Pengemasan berfungsi sebagai pengawet adalah dapat memperpanjang umur simpan suatu makanan. Pengemasan berfungsi sebagai pelindung makanan adalah dapat mengurangi kerusakan fisik suatu makanan, dapat melindungi makanan dari udara, mikroorganism, dan dapat menjaga mutu dari makanan. Pengemasan berfungsi sebagai wadah adalah untuk memberikan batas fisik yang menunjukkan jumlah isi/produk. Sedangkan pengemasan sebagai sarana komunikasi adalah untuk memberikan informasi yang ditulis dilabel pada kemasan seperti nama produk, merek dagang, ijin edar, keterangan tentang halal, nama dan alamat yang memproduksi, tanggal, bulan dan tahun kadaluarsa, berat/isi, daftar bahan yang digunakan atau komposisi [6]. Pada pengabdian ini tim kami mempraktekkan cara membuat label yang baik pada salah satu pelaku usaha yang ada di Fatayat Kabupaten Cilacap seperti pada **Gambar 5**.



Gambar 5. Label Pada Kemasan

Label pada kemasan diharuskan ada disetiap kemasan produk agar para konsumen mendapatkan informasi dari produk yang dijual. Kemasan yang baik merupakan kemasan yang rapi, tertutup dengan rapat, dilengkapi dengan label dan tidak memiliki kerusakan atau kecacatan. Pada pengabdian ini tim kami mempraktekkan cara membuat kemasan yang baik pada salah satu pelaku usaha yang ada di Fatayat Kabupaten Cilacap seperti pada **Gambar 6**.



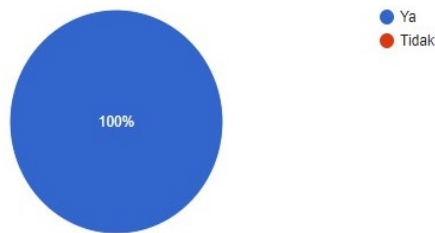
Gambar 6. Kemasan Produk Makanan Ringan

Gambar 6 menunjukkan kemasan baru dari produk keripik muntul. Semula keripik muntul ini dijual dalam kemasan plastik yang hanya distaples dan tidak memiliki label. Pelaku usaha di Fatayat Kabupaten Cilacap belum pernah menjual makanan ringan ini di koperasi kampus atau sekolah dan toko pusat oleh-oleh karena kemasannya masih sederhana dan belum memiliki label. Syarat produk makanan ringan bisa diterima untuk dijual di toko pusat oleh-oleh dan koperasi yaitu harus memiliki kemasan yang baik dan berlabel dilengkapi dengan nomor PIRT. Setelah dilakukan pelatihan ini tim kami membantu salah satu pelaku usaha untuk menjualkan produknya yaitu keripik muntul, keripik bisono, dan keripik pisang. Pengemasan yang baik dapat meningkatkan penjualan. Pengemasan yang baik dan unik menjadi daya Tarik para konsumen. Keripik yang banyak disukai adalah keripik muntul rasa balado, sedangkan keripik bisono dan pisang rasa original juga disukai namun tidak sebanyak keripik muntul rasa balado. Hal ini disebabkan selain faktor pengemasan yang baik, faktor penambahan perasa pada makanan juga menjadi daya tarik para konsumen.

B. Hasil Kuisisioner

Hasil kuisisioner bertujuan ntuk mengumpulkan informasi dari responden. Hasil kuisisioner ditampilkan pada grafik berikut.

1. Apakah kemasan itu penting dalam pemasaran sebuah produk makar
51 jawaban

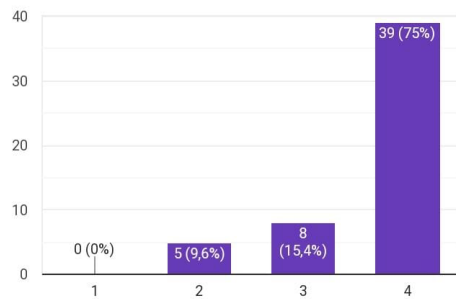


Gambar 7. Data Kuisiонер Pentingnya Kemasan Untuk Pemasaran Produk

Hasil data kuisiонер tentang “pentingnya kemasan dalam pemasaran sebuah produk” memberikan tanggapan 100% “ya”. Hal ini menunjukkan responden menyetujui bahwa kemasan pada produk berperan penting dalam pemasaran produk tersebut.

Kemasan sebagai media komunikasi menerangkan dan mencerminkan produk, citra merek, dan juga bagian dari produksi dengan pertimbangan mudah dilihat, dipahami dan diingat.

52 jawaban

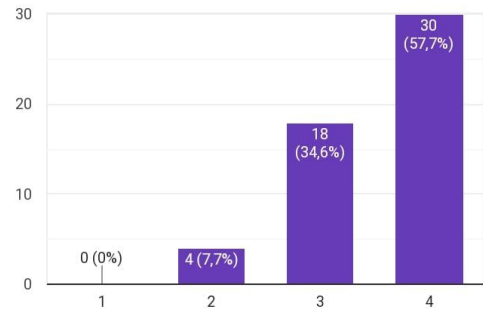


Gambar 8. Data Kuisiонер Kemasan Sebagai Media Komunikasi

Hasil data kuisiонер tentang “kemasan sebagai media komunikasi menerangkan dan mencerminkan produk, citra merek” memberikan tanggapan 75% sangat setuju. Hal ini menunjukkan 39 responden sangat setuju bahwa kemasan sebagai media komunikasi menerangkan dan mencerminkan produk.

Desain kemasan kekinian menjadi daya tarik tersendiri oleh konsumen

52 jawaban

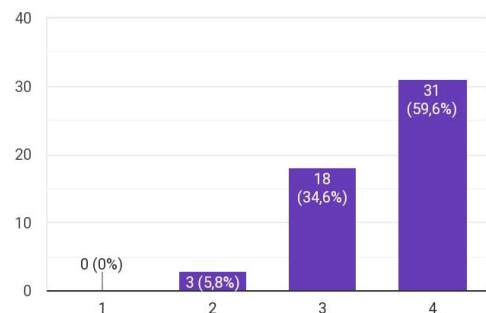


Gambar 9. Data Kuisiонер Desain Kemasan Kekinian Menjadi Daya Tarik Oleh Konsumen

Hasil data kuisiонер tentang “desain kemasan kekinian menjadi daya tarik oleh konsumen” memberikan tanggapan 57,7% sangat setuju. Hal ini menunjukkan 30 responden sangat setuju bahwa kuisiонер tentang desain kemasan kekinian menjadi daya tarik oleh konsumen.

Berikan penilaian terhadap desain kemasan pasca pendampingan usaha Keripik Meizha, harga ecer Rp 8.000,- Netto 100gr

52 jawaban



Gambar 10. Data Kuisiонер Penilaian Terhadap Desain Kemasan Pasca Pendampingan Usaha Keripik Meizha

Hasil data kuisiонер tentang “penilaian terhadap desain kemasan pasca pendampingan usaha keripik Meizha, harga ecer Rp. 8000,-” memberikan tanggapan 59,6% sangat setuju. Hal ini menunjukkan 31

responden sangat setuju bahwa desain kemasan pasca pendampingan usaha keripik Meizha sangat bagus yang memiliki harga ecer Rp. 8000,-.

KESIMPULAN

Pengemasan yang baik dan benar yaitu kemasan yang rapi, tertutup dengan rapat, dilengkapi dengan label, tidak memiliki kerusakan atau kecacatan dan sudah ada nomor PIRTnya. Pengemasan yang baik dapat meningkatkan penjualan. Pengemasan yang baik dan unik juga menjadi daya tarik para konsumen, hal ini dibuktikan dengan hasil kuisisioner yang menunjukkan para responden sangat setuju bahwa kemasan sangat penting dalam pemasaran produk, kemasan sebagai media komunikasi dan kemasan yang kekinian membuat daya tarik para konsumen.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih disampaikan kepada LPPM Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap yang telah mendanai keberlangsungan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Christine Suharto Cenadi, "Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran," *Nirmana*, vol. 2, no. 2, pp. 92–103, 2000.
- [2] D. Darmawan, "Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik," vol. 1, no. April, pp. 1–10, 2017.
- [3] B. A. Hananto, "Perancangan Identitas Visual Dan Desain Kemasan Produk Makanan (Studi Kasus: Fibble)," *Gestalt*, vol. 1, no. 1, pp. 77–94, 2019.
- [4] I. Maflahah, "Desain Kemasan Makanan Tradisional Madura Dalam Rangka Pengembangan IKM," *Agrointek*, vol. 6, no. 2, pp. 118–122, 2012.
- [5] M. E. Apriyanti, "Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan," *Sosio e-kons*, vol. 10, no. 1, p. 20, 2018.
- [6] R. Nugrahani, "Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm," *J. Imajin.*, vol. IX, no. 2, pp. 127–136, 2015.
- [7] T. Susetyarsi, "Kemasan Produk Ditinjau Dari bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang," vol. 1, pp. 105–112, 2019.
- [8] N. RESMI and T. WISMIARSI, "Pengaruh Kemasan Dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik," *J. Manaj. Dan Bisnis Sriwij.*, vol. 13, no. 1, pp. 1–20, 2015.