



SOSIALISASI KEMASAN PRODUK SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING BAGI UMKM DI DESA FIRDAUS

Oleh

Yumna Nada Yusli¹, Adrial Falahi²

^{1,2}Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah

E-mail: ¹yumnanadays@gmail.com, ²adrialfalahi@umnaw.ac.id

Article History:

Received: 17-02-2022

Revised: 23-02-2022

Accepted: 25-03-2022

Keywords:

Labels, Packaging,
Marketable.

Abstract: *Expanding the distribution of product sales to shops in Firdaus Village is a challenge for UMKM. Especially if the MSME product does not have attractiveness and selling value because it does not have a brand name, packaging that has no selling value, and has not yet obtained a PIRT permit. The limitations of UMKM in using technology to support operations and marketing are also still an obstacle. This packaging socialization activity aims to provide understanding and assist UMKM in order to increase the attractiveness and selling value of the product so that it can be accepted by the shops around. In addition, this activity aims to help partners improve their capabilities in terms of knowledge and technical related to the use of technology so that later it can be useful for operations and product promotion. The results of this activity are the formation of brand names and product labels, the creation of innovative, attractive, and contemporary packaging, obtaining a PIRT certificate to make the product successfully accepted in stores. This product packaging socialization activity also increases the skills of UMKM in using technology to purchase production materials. After the marketing socialization activity and the mentoring period are over, it is hoped that it can provide benefits for UMKM to independently expand product distribution to shops around Firdaus Village so as to increase sales and the family economy.*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi menjadi tolak ukur kesejahteraan masyarakat. Pada saat ini, usaha mikro kecil menengah (UMKM) semakin marak berkembang di tiap daerah di Indonesia. Kegiatan UMKM saat ini banyak digeluti masyarakat dari berbagai kalangan usia. Hal ini karena UMKM dapat membantu menaikkan perekonomian. Menurut Saiman (2009), kegiatan usaha ini mampu memperluas lapangan kerja dan berperan dalam proses pemerataan, peningkatan pendapatan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi sehingga dapat mewujudkan stabilitas nasional.

Jumlah UMKM yang terus bertambah, tentunya membuat persaingan semakin ketat.



Para pelaku UMKM dituntut untuk dapat lebih kreatif agar produknya terjual. Salah satu yang menjadi hal penting untuk diperhatikan adalah kemasan produk. Menurut Eric Schulz (2003:114) Kemasan adalah cara terbaik untuk menyampaikan kepada konsumen alasan yang paling menarik dan tak terbantahkan agar membeli produk anda. Walau terlihat sederhana, namun tidak dapat dipungkiri bahwa kemasan yang menarik cukup berdampak terhadap minat beli konsumen. Kemasan merupakan “pemicu” karena fungsinya langsung berhadapan dengan konsumen. Kemasan harus dapat memberikan impresi spontan yang mempengaruhi tindakan positif konsumen di tempat penjualan. (Christine Suharto Cenadi, 2000:2).

Desa Firdaus merupakan sebuah Desa yang terletak di Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara. Desa ini terdiri dari 15 Dusun. Di Desa ini banyak terdapat pelaku UMKM dengan berbagai macam produk, terutama produk makanan ringan. Makanan ringan disebut juga dengan kudapan (*snack*) adalah suatu sebutan untuk jenis makanan yang tidak termasuk dalam kategori menu makanan utama (sarapan pagi hari atau makan siang maupun makan malam) (Utari, 2016), yang dapat disajikan di luar jam makan utama (Nurhayati et al., 2012).

Saat ini, bisnis makanan ringan atau cemilan semakin banyak bermunculan. Ada yang memasarkannya secara *door to door*, berjualan di depan rumah, hingga memasarkan secara online. Hal ini dikarenakan makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Makanan ringan sangat digemari orang banyak karena dapat dimakan di sela aktivitas yang padat dan juga dapat menunda rasa lapar. Dengan demikian, pola mengonsumsi camilan dapat menjadi sebuah kebiasaan yang dapat mengurangi rasa lapar sebelum datangnya jam makan yang utama (Lekahena, 2019).

Pembuatan produk camilan di Desa Firdaus sudah sangat beragam. Namun yang menjadi kendala adalah pada saat proses pemasaran. Kemasan produk yang tidak menarik serta minimnya pengetahuan masyarakat dalam menggunakan teknologi, menjadi alasan produk-produk masyarakat Desa Firdaus kurang dikenal dan diminati konsumen. Kendala lain yang dialami masyarakat adalah izin PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga). Izin PIRT menjadi salah satu persyaratan agar produk UMKM masyarakat dapat dipajang/dipasarkan di toko-toko yang ada di sekitar Desa Firdaus.

Berangkat dari hasil temuan di lapangan, maka kegiatan Pengabdian Masyarakat ini bertujuan untuk mensosialisasikan tentang kemasan produk hingga membantu masyarakat mengurus izin PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) agar produk-produknya dapat menarik minat konsumen serta dapat dimasukkan ke toko-toko agar lebih mudah dipasarkan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan sosialisasi dilakukan di kantor Desa Firdaus yang terletak di Jalan Negara No. 154, Kecamatan Sei Rampah, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara. Kegiatan ini dilakukan pada bulan November tahun 2021.

Setelah kegiatan sosialisasi selesai dilakukan di kantor desa, kegiatan dilanjutkan di salah satu rumah pelaku UMKM, yaitu Nenek Nur'aini. Beliau seorang pelaku UMKM yang sudah cukup berumur dibandingkan pelaku UMKM lainnya. Produk yang dipasarkan nenek Nur'aini yaitu berupa camilan “Peyek Kacang tanah”. Nenek Nur'aini sudah menggeluti usaha peyek kacang tanah ini sejak tahun 2018. Namun penjualannya hanya masih disekitar tempat



tinggalnya saja.

Berikut beberapa tahapan yang dilakukan dalam Kegiatan Pengabdian ini:

1. Membuat kemasan yang inovatif, menarik, dan kekinian.
2. Mendampingi pelaku UMKM saat penetapan nama/ brand produk, desain logo, dan label.
3. Mengajukan Izin PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga)



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan ini diawali dengan penetapan nama atau brand produk peyek kacang tanah agar produk mudah diingat dan dikenali konsumen sebagai produk nenek Nur'aini dari Desa Firdaus. Penetapan nama produk dilakukan dengan berdiskusi secara informal. Berdasarkan hasil diskusi tersebut, produk nenek Nur'aini diberi nama "PEYEK BUK ANI".

Setelah menetapkan "PEYEK BUK ANI" sebagai brand peyek kacang tanah, langkah selanjutnya yang dilakukan yaitu membuat logo dan label produk. Pembuatan logo diserahkan sepenuhnya kepada jasa desain logo. Setelah dibuat beberapa hasil desain logo, kami memperlihatkan hasilnya kepada Nenek Nur'aini untuk memilih mana yang disukainya. Langkah selanjutnya mencetak logo dengan kertas sticker agar dapat ditempel pada plastik kemasan.

Pyek kacang tanah buatan nenek Nur'aini yang selesai dibuat, dimasukkan ke dalam plastic kemasan yang sudah diberi logo agar siap untuk dipasarkan. Namun karena nenek Nur'aini belum memiliki izin PIRT, kami melakukan pendampingan pada nenek Nur'aini untuk mengurus izin PIRT agar produknya dapat dipasarkan ke toko-toko.

Melansir indonesia.go.id, pengurusan izin ini sangat penting karena sebagai jaminan atau bukti bahwa usaha makanan-minuman rumahan yang dijual memenuhi standar produk pangan yang berlaku. Jika pelaku usaha memiliki izin PIRT, mereka bisa dengan tenang mengedarkan dan memproduksi secara luas dengan resmi. Sertifikat Produksi Pangan (SPP) IRT diberikan kepada IRTP yang memenuhi persyaratan sebagai berikut:

1. Memiliki sertifikat penyuluhan keamanan pangan.
2. Hasil pemeriksaan sarana produksi pangan produksi IRTP memenuhi syarat.
3. Label pangan memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan.

Izin PIRT berlaku paling lama lima tahun terhitung sejak diterbitkan dan dapat diperpanjang melalui permohonan SPP-IRT. Adapun pengurusan izin PIRT memerlukan beberapa persyaratan seperti berikut:

1. Fotokopi kartu tanda penduduk (KTP) pemilik usaha rumahan



2. Pasfoto 3×4 pemilik usaha rumahan
3. 3 lembar Surat keterangan domisili usaha dari kantor camat
4. Denah lokasi dan denah bangunan
5. Surat keterangan puskesmas atau dokter untuk pemeriksaan kesehatan dan sanitasi
6. Surat permohonan izin produksi makanan atau minuman kepada Dinas Kesehatan
7. Data produk makanan atau minuman yang diproduksi
8. Sampel hasil produksi makanan atau minuman yang diproduksi
9. Label yang akan dipakai pada produk makanan minuman yang diproduksi
10. Menyertakan hasil uji laboratorium yang disarankan oleh Dinas Kesehatan
11. Mengikuti Penyuluhan Keamanan Pangan untuk mendapatkan SPP-IRT.



Gambar 2. Proses pembuatan Peyek Kacang Tanah



Gambar 3. Produk Peyek Kacang Tanah Bu Ani

Salah satu tujuan dari kegiatan sosialisasi kemasan produk ini adalah membantu UMKM meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk. Cara untuk mencapai tujuan tersebut adalah membuat kemasan yang inovatif, menarik, dan kekinian. Kemasan berperan besar dalam menarik perhatian pembeli. Selain itu, kemasan juga harus memuat informasi yang dibutuhkan konsumen terkait produk. Pada awalnya produk peyek kacang tanah Nenek Nur'aini hanya dibungkus pada plastik biasa dan dikemas secara sachet. Tentunya kemasan seperti itu mengurangi minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Setelah mendapatkan sosialisasi kemasan dan mendapatkan pendampingan hingga mengurus izin PIRT, produk nenek Nur'aini siap beredar di toko-toko untuk menarik minat konsumen.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa masih banyak pelaku UMKM yang tidak memahami pentingnya tentang kemasan produk. Kemasan produk yang biasa saja tentu dapat mengurangi minat beli konsumen. Selain itu, banyaknya UMKM yang belum melakukan



pengurusan izin PIRT membuat produk mereka tidak bisa menembus toko-toko yang ada di sekitar Desa Firdaus.

Setelah mendapatkan sosialisasi dan pendampingan, pelaku UMKM di sekitar Desa Firdaus mulai memperhatikan bentuk kemasan produknya dan juga mulai melakukan pengurusan izin PIRT agar produknya dapat lebih mudah dipasarkan dan menarik pembeli.

Saran

Dari penelitian ini peneliti menyarankan agar beberapa pihak terkait kepengurusan izin PIRT agar dapat mensosialisasikan cara-cara mengurus perizinan kepada para pelaku UMKM. Karena dari hasil temuan di lapangan, masih banyak pelaku UMKM yang bahkan tidak memahami tentang PIRT.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Cenadi, C. S. (2000). Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran. *Nirmala*, Vol. 2, No. 1, Januari: 92-103.
- [2] Lekahena, V. N. J. (2019). Karakteristik Kimia dan Sensori Produk Stik di Fortifikasi dengan Tepung Ikan Madidihang. *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*, 12(2), 284–290. <https://doi.org/10.29239/j.agrikan.12.2.284-290>
- [3] Nurhayati, A. N., Lasmanawati, E., & Yulia, C. (2012). Pengaruh Mata Kuliah Berbasis Gizi pada Pemilihan Makanan Jajanan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Boga. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 13(1), 1–6. <http://jurnal.upi.edu/file/1-ai.pdf>
- [4] Pentingnya Sebuah Kemasan Produk dalam Pemasaran. (<https://jarvisstore.com/artikel/pentingnyasebuah-kemasan-produk-dalampemasaran>)
- [5] Saiman, L. (2009). *Kewirausahaan: Teori, Praktik dan Kasus-kasus*. Salemba Empat: Jakarta.
- [6] Utari, D. T. (2016). *Manajemen Pemasaran: Kasus dalam Pengembangan Pasar Wisata Kuliner Tradisional Betawi*. CV Pena Persada.
- [7]



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN