

Penggunaan Kemasan *Microwave Save* dan Perbaikan Label Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Rumahan

I Putu Artaya^{1*}, R. Agus Baktiono², Made Kamisutara³,
Tubagus Purworusmiardi⁴

^{1, 2, 3, 4} Universitas Narotama Surabaya

¹putu.artaya@narotama.ac.id; ²agus.baktiono@narotama.ac.id;

³made.kamisutara@narotama.ac.id; ⁴tubagus.purworusmiardi@narotama.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berisi tentang perubahan kemasan dan label produk bagi usaha rumahan di Desa Gelam, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur. Program ini bertujuan membantu memperbaiki bentuk kemasan dan bentuk label sehingga usaha rumahan mampu meningkatkan daya saing usaha mereka. Dengan adanya perubahan kemasan dan label yang lebih baik, maka pelaku usaha mampu meningkatkan nilai jual produknya karena produk mereka akan lebih mampu diterima oleh semua kalangan konsumen. Dengan menggunakan kemasan model baru berupa kontainer plastik atau *microwave save*, produk menjadi lebih higienis, meningkatkan daya tarik, lebih memiliki estetika, kemasan tidak mudah rusak dan lebih praktis sehingga konsumen merasa lebih suka, yang pada akhirnya pelaku usaha rumahan dalam jangka panjang lebih mampu mengembangkan usaha dan meningkatkan daya saing produknya. Untuk memenuhi indikator ketercapaian, maka desain label ke depan harus mencatumkan legalitas produk, untuk menciptakan keamanan bagi kepentingan konsumen.

Kata Kunci: *kemasan, label produk, usaha rumahan, daya saing*

Pendahuluan

Kabupaten Sidoarjo selama ini memang dikenal sebagai gudangnya usaha rumahan, banyak produk unggulan muncul dari kabupaten ini. Namun demikian bukan berarti segala jenis usaha rumahan berkembang tanpa kendala, masih banyak juga usaha rumahan yang mengalami beberapa masalah dalam kegiatan mereka sehari-hari. Mulai dari keterbatasan tenaga yang terampil, kendala kerja sama, pemasaran digital, pengembangan usaha dan produk, serta masalah yang masih sering dihadapi adalah kemampuan untuk pengembangan produk itu sendiri terutama yang menyangkut hal kemasan dan pelabelan secara baik dan benar. Sebenarnya banyak produk usaha rumahan di kabupaten Sidoarjo sangat berpotensi untuk dikembangkan agar usaha mereka bisa lebih cepat berkembang bahkan nantinya bisa naik kelas menjadi usaha mikro, usaha kecil dan akhirnya menjadi usaha menengah sehingga dapat meraih peluang menembus pasar ekspor. Mengapa masalah kemasan dan label ini menjadi penting, karena citra atau kesan pertama konsumen melihat produk adalah dari bentuk kemasan dan labelnya. Kabel merupakan identitas produk, tempat untuk menampilkan

berbagai macam informasi penting bagi calon pembeli, sehingga pembeli tidak salah dalam menerapkan produk yang harus dipilihnya jika dihubungkan dengan tingkat kesehatan mereka (Fadlillah et al, 2015). Melalui berbagai informasi yang tercantum pada label produk maka konsumen menjadi bijak bagi dirinya sendiri ketika memilih dan membeli produk yang diinginkannya. Ini merupakan tanggung jawab sosial produsen bagi konsumen, seperti yang diungkap oleh Nugrahani, 2015.

Desa Gelam kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo tempat dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berada agak dipinggiran kota Sidoarjo dengan jalur mengarah ke kecamatan Porong. Luas kecamatan Candi 4.066,8km persegi, dengan jumlah desa keseluruhan adalah 24 desa, membentang dari timur ke barat menjadikan desa-desa yang ada di kecamatan ini adalah sebuah lokasi yang strategis dalam pengembangan usaha rumahan atau industri rumah tangga, termasuk desa Gelam salah satunya. Ada banyak industri rumah tangga atau usaha rumahan di desa Gelam ini, umumnya dikerjakan sendiri bersama keluarga dengan modal usaha yang terbatas, namun karena mereka hampir semuanya adalah anggota koperasi, maka masalah keterbatasan pemenuhan sumber dana atau modal tidak menjadi masalah yang berarti dalam kegiatan usaha mereka.

Problem utama yang dihadapi oleh kelompok usaha rumahan di desa Gelam adalah mereka belum menemukan mitra yang tepat dan belum ada pihak manapun yang secara khusus memberikan penyuluhan, sosialisasi, pelatihan dan pendampingan dalam upaya perbaikan bentuk kemasan dan labelisasi produk mereka. Selama ini masih ada sebagian produk usaha rumahan yang menggunakan kemasan tanpa label dalam bentuk sederhana dan kurang layak, yakni menggunakan kemasan atau bungkus plastik biasa untuk produk makanan atau minuman. Bila dilihat dari perkembangan teknologi dibidang kemasan dan label, kemasan yang selama ini mereka pakai masih jauh dari sempurna bahkan dapat dibilang kurang layak bagi produk mereka. Dengan bentuk kemasan seperti itu maka produk yang mereka hasilkan tidak memiliki nilai tambah dan nilai jual secara ekonomi. Kondisi yang demikian ini menghambat pengembangan usaha bahkan bisa kalah bersaing dengan produk lain yang sudah mulai berbenah khususnya dalam hal kemasan dan label.

Bagi usaha rumahan yang ada di desa Gelam ini, karena kekuatan sumber daya yang serba terbatas maka tim pengabdian kepada masyarakat (PKM) dari lintas prodi universitas Narotama memberikan bantuan program kegiatan PKM yang pada intinya membantu usaha rumahan tersebut untuk mendesain ulang kemasan dan labelnya yang sesuai dengan karakter produk mereka masing-masing. Masih ada sebagian kecil usaha rumahan dimana bentuk kemasan masih perlu pembenahan dan penambahan label yang lebih layak agar produk mereka dapat tampil lebih modern sehingga ke depan mampu menarik minat konsumen, meningkatkan penjualan serta membantu pengembangan usaha dalam jangka panjang, karena kita semua tahu bahwa kesan pertama konsumen ketika hendak membeli produk adalah muncul dari daya tarik kemasan dan label produk yang dijajakan atau ditawarkan kepada konsumen.

Beberapa penelitian dibidang kemasan dan label telah membuktikan bahwa dengan adanya perubahan kemasan dan atau label pada produk usaha rumahan memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan daya tarik konsumen terhadap minat membeli (Fadlillah et al, 2015) dan penelitian dari Hadi et al (2021) disana telah

dinyatakan secara empiris bahwa perubahan dan perbaikan kemasan dan label mampu dijadikan ajang atau media promosi yang baik bagi pelaku usaha rumahan dalam upaya meningkatkan daya tarik produk mereka kepada konsumen. Dalam disertasinya, Risqiyati (2018) menganalisis dan membahas tentang modifikasi kemasan produk mampu merubah dan meningkatkan preferensi minat dan kesan konsumen terhadap sebuah produk, dengan kemasan yang lebih baik maka konsumen menjadi lebih mudah dalam memilih dan menentukan pilihan dalam proses pembelian produk yang disukainya. Karena dalam kemasan dan label terdapat beberapa informasi penting yang berguna untuk diketahui oleh konsumen sebelum membeli produk.

Dalam artikel yang ditulis oleh Erlyana (2018) malah dikatakan bahwa kemasan dan label yang baik serta berkarakter akan mampu menjadi *brand identity* sebuah produk di mata konsumen, sehingga dapat disimpulkan, produk apapun yang kita tawarkan kepada konsumen sebaiknya haruslah menggunakan kemasan yang baik dan label yang memikat, karena kemasan dan label dapat menjadi identitas atau pengingat produk bagi setiap konsumen yang melihatnya. Sedangkan Wahyudi & Satriyono (2017) dalam buku yang ditulisnya mengatakan kemasan yang bagus, indah, memikat, menawan, dan memiliki estetika yang dapat dirasakan oleh konsumen ketika konsumen melihat, memilih, membeli dan memiliki sebuah produk maka nilai keindahan akan dirasakan begitu sangat oleh konsumen, kemudian timbul rasa cinta dan suka serta percaya.

Dari beberapa penjelasan hasil penelitian di atas tersebut, dapat digaris bawahi, betapa pentingnya makna kemasan dan label bagi sebuah produk, tentunya kemasan dan label yang disukai oleh konsumen bukan kemasan dan label yang bersifat apa adanya. Melihat permasalahan yang terjadi pada sekelompok usaha rumahan di desa Gelam maka kami tim PKM Universitas Narotama Surabaya sepakat untuk memberikan sebuah kegiatan untuk mengadakan penyuluhan, pengenalan, dan perbaikan pada kemasan dan label produk usaha rumahan di desa tersebut menjadi tampilan yang lebih modern sehingga produk mereka lebih disukai oleh pasar yang lebih luas melalui media apapun.

Secara mendasar, tujuan kegiatan PKM ini pada kelompok pelaku usaha rumahan adalah untuk memberikan pelayanan kepada mereka secara terbatas, dalam upaya membantu memberikan solusi terbaik atas masalah yang dihadapi sehingga mereka mampu meningkatkan citra atau kesan terhadap produknya secara lebih baik serta mampu meningkatkan pangsa pasarnya serta mampu meningkatkan daya saing produknya. Manfaat yang diinginkan dari kegiatan ini, agar kelompok masyarakat yang memiliki usaha rumahan bisa memahami dengan baik bahwa mengelola usaha rumahan harus memahami segala aspek yang terkait langsung dengan produk yang dihasilkan seperti aspek kemasan dan pelabelan produk. dengan demikian pelaku usaha rumahan mengerti dengan benar bahwa konsumen yang membeli produk mereka harus dilindungi, dihargai, dan di sisi lain, konsumen akan merasa aman dalam mengkonsumsi produk mereka.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan secara tatap muka dengan penerapan protokol kesehatan secara ketat dengan jumlah tatap muka yang terbatas, kemudian media tatap muka lainnya adalah komunikasi dilakukan menggunakan panggilan video dalam upaya memberikan pemahaman secara detail kepada peserta tentang pentingnya perubahan bentuk kemasan serta perubahan bentuk label produk. dalam setiap kegiatan pengabdian kepada masyarakat, bagaimana caranya dalam memotivasi dan memengaruhi pelaku usaha yang menjadi sasaran kegiatan agar bersedia berbenah terkait dengan produk yang mereka buat dengan segala aspek kepentingannya. Metode pelaksanaan dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tempat kegiatan

Lokasi PKM adalah desa Gelam, kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo. Tepatnya di jalan raya Gelam gang Kelurahan. Jarak lokasi mitra dengan kampus Universitas Narotama Surabaya 38km, namun dengan tempat tinggal tim pelaksana PKM hanya berjarak 1,5km. Pelaksanaan kegiatan PKM ini memakan waktu selama dua minggu di bulan Agustus 2021.

Mitra kegiatan

Kegiatan ini terlaksana, merupakan tindak lanjut dari MoU (*Memorandum of Understanding*) antara LPPM Universitas Narotama Surabaya dengan desa Gelam Candi Sidoarjo. Dengan adanya MoU tersebut maka banyak kegiatan yang dilaksanakan untuk kelompok usaha rumahan di desa tersebut, dimana fokus kegiatan adalah penyuluhan hukum, pelatihan dan pendampingan usaha kecil dan rumahan, serta kegiatan bina desa. Khusus untuk kegiatan PKM ini kami ditugaskan untuk melakukan pelatihan dan pendampingan perbaikan kemasan dan label yang dilaksanakan secara berkelanjutan dalam upaya pengembangan usaha rumahan.

Metode pelaksanaan

Kegiatan PKM ini dilakukan secara daring dan tatap muka terbatas, hal ini dikarenakan situasi masih pandemi. Pada kesempatan di awal kegiatan, tim PKM melakukan kunjungan rumah ke lokasi pelaku usaha rumahan dengan menerapkan protokol kesehatan ketat. Melalui kunjungan rumah yang dilakukan selama dua hari, tim PKM dapat bertatap muka mengunjungi lokasi pemilik usaha, sekaligus ingin melihat secara langsung bentuk fisik produk terutama wujud asli kemasan sebelum kegiatan dilakukan. Dari hasil kunjungan rumah ini akhirnya dapat diketahui jumlah seluruh pelaku usaha rumahan dengan berbagai macam produk mereka.

Indikator keberhasilan kegiatan

Setelah program kegiatan PKM ini berakhir, untuk mengukur ketercapaian keberhasilan, tim PKM menggunakan metode post-test dengan melibatkan konsumen dari produk usaha rumahan yang telah menjalani perbaikan kemasan dan label. Dimana proses pengukuran di dasarkan pada beberapa indikator.

Hasil dan Pembahasan

Sosialisasi Kegiatan

Mengingat banyaknya jumlah pelaku usaha rumahan di desa Gelam, Candi Sidoarjo yang mengikuti kegiatan PKM ini maka tim PKM akan membagi seluruh peserta PKM menjadi dua kelompok. Kelompok pertama yang mengikuti kegiatan ini sebanyak enam pelaku usaha, sedangkan peserta lainnya akan dimasukkan ke dalam kelompok pada kegiatan PKM berikutnya dengan objek kegiatan yang sama sesuai jadwal kegiatan berikutnya. Kepada peserta, tim PKM memaparkan proses kegiatan yang akan dilaksanakan bersama, dalam bentuk dan wujud kegiatan yang berhubungan dengan proses perubahan atau perbaikan kemasan beserta labelisasi yang telah disepakati bersama. Dari hasil kunjungan rumah, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah pelaku usaha rumahan yang diprioritaskan menjadi peserta kegiatan

No.	Produk Usaha Rumahan	Bentuk Perubahan	
		Kemasan	Label
1.	Es Jelly Susu	x	x
2.	Es Cincin Hijau	-	-
3.	Bubur Sumsum Manarasa	v	v
3.	Kripik Singkong Balado	-	-
4.	Sambal Ikan Asin	v	v
5.	Makanan Sehat: Kurmaku	v	v
6.	Kue Pukis	v	v
7.	Es Cendol Campur Rasa	-	-
8.	Jus Rumput Laut	-	-
9.	Madu Semut Hitam	v	v
10.	Manisan Mangga	-	-
11.	Ikan Bakar Gelam	x	x
12.	Ramami Food	-	-
13.	Ayam Geprek Nuril	x	x
14.	Jus Buah Rangga	-	-
15.	Manisan Salak	v	v
16.	Es Puding Salma	-	-

Pada tabel 1 di atas pelaksanaan tahap 1 ini difokuskan pada enam produk dari enam pelaku usaha yang telah menyatakan diri menjadi peserta (tanda centang). Sedangkan yang bertanda silang pada tabel di atas, bukan peserta karena telah memiliki kemasan dan label yang sesuai dengan program kegiatan.

Pelaksanaan Kegiatan

Hasil kunjungan rumah menunjukkan rata-rata bentuk kemasan produk usaha rumahan terbilang sederhana, kemasan hanya dibungkus plastik lalu di ikat karet, otomatis produk yang dikemas dengan cara demikian hanya mampu melayani pasar lokal dan sangat tidak memiliki daya saing, tidak memiliki daya tarik dan tanpa nilai tambah terutama untuk pemasaran, penjualan dan ekonomi. Kemasan seperti itu yang harus dirubah agar produk menjadi lebih modern, memiliki estetika, meningkatkan daya pikat konsumen, dan memiliki daya saing sehingga pemilik usaha mampu meningkatkan penjualannya dan mampu mengembangkan usaha dalam jangka panjang secara mandiri. Mengingat pemilik usaha rumahan lainnya berpacu untuk merubah bentuk kemasan dan

label mereka. Contoh kemasan yang masih tradisional dan kurang layak tampak seperti gambar di bawah ini:



Gambar 1. Salah satu contoh kemasan model lama produk usaha rumahan

Dalam pelaksanaan kegiatan PKM, kemasan bentuk lama seperti yang tampak pada gambar 2 di atas, dirubah menjadi kemasan baru menggunakan kontainer plastik atau microwave save, pelaksanaan dan tahapannya sebagai berikut:

Menentukan Ukuran Label dan Display Produk Memakai Kemasan Baru

Untuk bentuk kontainer plastik ukuran label adalah 7,5 cm x 11 cm, sedangkan bentuk kemasan Cop (bulat) diameter label 7,5cm. Tentunya label yang di desain sesuai pilihan dan kesepakatan dari pemilik usaha mengenai kombinasi warna, gambar, kombinasi ukuran huruf, dan tata letak serta kombinasi antara ukuran gambar dan huruf.



Gambar 2. Salah satu tim PKM, sedang mengerjakan desain label

Proses pengerjaan desain label dikerjakan satu-persatu, kemudian dicetak sebagai display dalam satu lembar, untuk selanjutnya dikirim kepada pemilik usaha, apabila ada permintaan perubahan maka dilakukan revisi/perbaikan sesuai yang diminta. Label yang telah dicetak dalam satu lembar dikirim kepada semua pemilik usaha, sebagai bukti bahwa satu label dengan label lainnya tidak memiliki kemiripan atau saling tiru.

Ada beberapa permintaan revisi atau perubahan setelah label selesai dikerjakan dan selesai dicetak untuk contoh, terutama mengenai gambar, bentuk dan ukuran huruf. Bagi tim PKM ini merupakan sesuatu yang wajar, karena setiap pemilik usaha memiliki selera yang berbeda satu sama lain terhadap warna dan bentuk tulisan. Oleh karena itu tim PKM berusaha merubah dan menyesuaikan label sesuai keinginan pemilik usaha, tujuannya agar pemilik usaha merasa puas ketika menggunakan label tersebut pada kemasan produknya, disisi lain adanya perubahan akan lebih mampu memotivasi pemilik usaha.



Gambar 3. Berbagai bentuk kemasan kontainer plastik atau dikenal dengan nama *microwave save* sebagai pengganti kemasan lama

Tim PKM merekomendasikan penggunaan kemasan kontainer plastik atau *micro wave save* karena kemasan seperti ini memiliki beberapa keunggulan khusus yaitu: bahan kemasan sangat elastis dan kuat, sifat kemasan yang kedap sehingga isi kemasan tidak mudah tumpah, kemasan tidak mudah pecah, praktis digunakan untuk produk basah atau mengandung air/kuah, harga sangat terjangkau dan efisien. Dengan kemasan model seperti ini maka produk nampak lebih menarik, melindungi isi lebih baik, lebih modern, meningkatkan nilai tambah secara ekonomi, dan mampu meningkatkan harga jual, higienis serta mampu meningkatkan daya saing produk.

Setelah proses revisi atau perbaikan selesai maka label bersifat final dan siap ditempel pada kemasan. Tim PKM meminta masing-masing satu produk untuk dimasukkan ke dalam kemasan yang baru, kemudian ditempelkan label pada kemasan tersebut.

Kemudian produk difoto untuk dikirim kepada pemilik usaha sebagai bukti bahwa proses perubahan kemasan dan penambahan label telah tuntas dan final. Hasil akhir desain label tampak pada gambar berikut di bawah:



Gambar 4. Wujud akhir dan final label yang telah selesai dikerjakan

Setelah label disetujui dan final, maka langkah berikut adalah desain akhir bentuk produk usaha rumahan dengan menggunakan kemasan yang baru lengkap dengan labelnya, wujud akhir enam produk usaha rumahan tersebut tampak seperti gambar di bawah ini:





Gambar 5. Perubahan kemasan lama ke kemasan baru enam produk yang telah rampung (a) kue pukis, (b) sambal ikan asin, (c) bubur sumsum, (d) manisan salak, (e) madu semut hitam, dan (f) produk kurma

Proses Akhir Pencetakan Label

Setelah display contoh produk yang sebenarnya selesai dikerjakan, maka proses akhir pencetakan label kemasan untuk penggunaan selanjutnya oleh pemilik usaha diserahkan ke usaha percetakan (printing). Softcopy label diserahkan kepada usaha percetakan oleh pemilik usaha dan ukuran label masih bisa di sesuaikan lagi (diperbesar atau diperkecil) sesuai keinginan. Bentuk fisik label menggunakan model *Vinyl roll sticker* (berbentuk gulungan) yang terbuat dari bahan plastik tipis, desain model vinyl roll sticker paling cocok untuk ditempel pada kemasan berbentuk microwave save karena fisik label tidak mudah rusak atau pudar dan biaya cetak sangat terjangkau. Tim PKM merekomendasikan kepada pemilik usaha untuk menggunakan label berbahan plastik agar label tidak mudah rusak ketika produk harus masuk lemari pendingin. Jika bahan label menggunakan kertas maka dkuatirkan label bisa rusak jika terkena air ketika produk disimpan dalam lemari pendingin (lemari freezer). Untuk proses cetak ulang label maka pelaku usaha tinggal menghubungi percetakan karena semua softcopy label telah disimpan dengan baik oleh percetakan, sehingga memudahkan pencetakan ulang.

Indikator Ketercapaian Kegiatan

Tahap paling akhir dari seluruh proses kegiatan adalah melakukan post-test dari bentuk kemasan dan label atas penilaian dari konsumen yang datang. Kriteria indikator ketercapaian seperti yang dijelaskan Damayanti et al (2017), adalah sebagai berikut:

- a) Jika penilaian pada post test konsumen menjawab sangat baik dan baik total persentasenya $> 90\%$ maka kegiatan perbaikan/pembaruan kemasan produk usaha rumahan dianggap berhasil atau memenuhi harapan konsumen.
- b) Jika penilaian pada post-test konsumen menjawab sangat baik dan baik total persentasenya $< 90\%$ maka kegiatan perbaikan/pembaruan kemasan produk usaha rumahan dianggap tidak berhasil atau tidak memenuhi harapan konsumen.

Bentuk hasil post-test terhadap kemasan produk dari enam pelaku usaha rumahan secara gabungan, tampak pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil post-test konsumen pada kemasan yang baru dari tanggal 16 – 28 Agustus 2021

No.	Indikator Kemasan	Hasil Post-Test Konsumen				Jumlah	Nilai Baik (%)
		Sangat Baik	Baik	Kurang Baik	Tidak Baik		
1		2	3	4	5	6	7
1.	Bentuk	428	330	74	32	864	87,73
2.	Kebersihan	331	388	9	3	731	98,35
3.	Aman	391	462	101	38	992	85,98
4.	Bobot	302	451	50	9	812	92,73
5.	Kekuatan	387	332	27	28	774	92,89
6.	Ergonomis	264	521	18	8	811	96,79
7.	Daya Kedap	414	288	0	2	704	99,71
8.	Anti Kontaminasi	269	254	50	30	603	86,73
9.	Estetika	201	454	39	60	754	86,87
	Jumlah	2.987	3.480			7.042	91,83

Hasil post-test pada tabel 2, proses perhitungannya adalah total nilai kolom dua ditambah total nilai kolom tiga dibagi total nilai kolom enam maka diperoleh angka persentase sebesar 91,83%. Berdasarkan kriteria indikator ketercapaian di atas, karena nilai persentase post-test > 90% maka kegiatan perbaikan/pembaruan kemasan produk usaha rumahan dianggap berhasil atau memenuhi harapan konsumen atau dengan kata lain indikator ketercapaian sangat baik. Jika harapan konsumen terpenuhi dengan adanya perubahan kemasan berarti kemasan mampu meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli produk, jika penjualan terus meningkat artinya produk pelaku usaha rumahan mampu memiliki daya saing lebih baik dibanding produk sejenis milik pesaing.

Selanjutnya dengan menggunakan kriteria keputusan yang sama, dilakukan post-test terhadap label produk. Penilaian post-test ini diambil berdasarkan penilaian konsumen yang datang membeli atau melakukan pemesanan. Kriteria indikator ketercapaian adalah sebagai berikut:

- a) Jika penilaian pada post test konsumen terhadap label menjawab sangat baik dan baik total persentasenya > 90% maka kegiatan pelabelan kemasan produk usaha rumahan dianggap berhasil atau memenuhi harapan konsumen.
- b) Jika penilaian pada post test konsumen terhadap label menjawab sangat baik dan baik total persentasenya < 90% maka kegiatan desain label kemasan produk usaha rumahan dianggap belum berhasil atau belum mampu memenuhi harapan konsumen.

Bentuk post-test pelabelan produk yang telah dilaksanakan terhadap konsumen yang datang dapat dilihat pada tabel 3 (Saputra et al, 2015):

Tabel 3. Hasil post-test konsumen terhadap label produk dari tanggal 16 – 28 Agustus 2021.

No.	Indikator Label	Hasil Post-Test Konsumen				Jumlah	Nilai Baik (%)
		Sangat Baik	Baik	Kurang Baik	Tidak Baik		
1		2	3	4	5	6	7
1.	Nama Produk	291	224	4	3	522	98,65
2.	Keterangan Bahan	390	197	10	5	602	97,50
3.	Berat Bersih	242	209	8	30	489	92,22
4.	Alamat Pemilik	160	304	11	4	479	96,86
5.	Informasi Tambahan	296	211	30	25	562	90,21
6.	Tanggal Kadaluaarsa	233	172	22	20	447	90,60
7.	Legalitas Produk	0	41	117	234	392	10,45
	Jumlah	1.612	1.358			3.493	85,03

Hasil post-test konsumen terhadap label seperti yang tertera pada tabel 3 di atas menunjukkan bahwa persentase sebesar 85,03 diperoleh dari total nilai kolom dua ditambah total nilai kolom tiga kemudian dibagi total nilai kolom enam. Berdasarkan kriteria keputusan pada post-test jika penilaian pada post test konsumen terhadap label menjawab sangat baik dan baik total persentasenya < 90% maka kegiatan mendesain label produk usaha rumahan dianggap belum berhasil atau belum mampu memenuhi harapan konsumen, ini menunjukkan indikator ketercapaian rendah, artinya proses desain label yang telah dilakukan belum mampu meningkatkan daya saing usaha rumahan. Jika diamati secara seksama, penyebab rendahnya indikator ketercapaian (< 90%) dapat dilihat pada nilai indikator label pada point tujuh yakni legalitas produk. Legalitas produk yang dimaksud disini berupa pencantuman kode sertifikasi produk sebagai jaminan keamanan bagi konsumen ketika produk dikonsumsi memang belum ada. Legalitas produk dapat berupa sertifikasi P-IRT (Produk Industri Rumah Tangga), pemilik usaha rata-rata belum memiliki, sertifikat BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) juga belum dimiliki oleh pemilik usaha. Sertifikat lainnya yang tergolong penting yakni sertifikat Halal-MUI, pemilik usaha rumahan juga belum memiliki sehingga mereka tidak dapat mencantumkannya pada label produk. Kondisi ini yang menyebabkan proses labelisasi produk belum mampu mencapai sasaran yang diinginkan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil akhir kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, perubahan kemasan dari kemasan tradisional ke bentuk kemasan microwave save mampu meningkatkan daya saing produk, hal ini dapat dilihat pada indikator ketercapaian untuk perubahan kemasan adalah 91,83%. Dengan perubahan kemasan ini akan mampu meningkatkan daya tarik konsumen, nilai jual produk, dan daya saing dalam kegiatan penjualan. Artinya perubahan kemasan mampu memenuhi harapan konsumen, dan dalam jangka panjang menunjang perkembangan usaha rumahan. Namun disini lain penambahan label pada kemasan belum mampu memenuhi harapan konsumen karena indikator ketercapaian kegiatan rendah yaitu 85,03% indikator ini masih di bawah 90%. Aspek yang menyebabkan indikator ketercapaian rendah adalah legalitas produk, sehingga pada proses kegiatan PKM lanjutan nanti, label yang telah di desain perlu mencantumkan unsur legalitas seperti kode sertifikat P-IRT, kode sertifikat BPOM, dan

diupayakan juga untuk pencantuman sertifikat Halal-MUI. Tujuannya agar desain label menjadi lebih sempurna dan mampu memenuhi harapan konsumen, sehingga label produk mampu memberikan kontribusi peningkatan daya saing usaha dalam bentuk apapun. Ke depan dalam pelatihan usaha rumahan, tim PKM akan memberikan penyuluhan dan pendampingan tentang legalitas produk, sehingga konsumen akan lebih percaya terhadap aspek keamanan produk dalam proses konsumsi, sekaligus menjaga aspek kesehatannya. Aspek ini yang akan menjadi perbaikan pelatihan mengenai label produk ke depan yakni pendampingan pengurusan sertifikat legalitas produk.

Ucapan Terimakasih

Pada kesempatan ini tim PKM mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Narotama Surabaya atas dukungan dan penugasan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mitra kelompok usaha rumahan desa Gelam, kecamatan Candi, kabupaten Sidoarjo atas segala kerja samanya yang baik sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana.

Referensi

- Damayanti, N. A., Pusparini, M., Djannatun, T., Ferlianti, R. (2017). Metode Pre Test dan Post Test Sebagai Salah Satu Alat Ukur Keberhasilan Kegiatan Penyuluhan Kesehatan Tentang Tuberkulosis Di Kelurahan Utan Panjang, Jakarta Pusat. *Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(1), 144-150.
- Erlyana, Y. (2018). Analisis Peranan Desain Kemasan Terhadap Brand Identity Dari Sebuah Produk Makanan Lokal Indonesia Dengan Studi Kasus: Produk Oleh-Oleh Khas Betawi 'Mpo Romlah'. *National Conference of Creative Industry*.
- Fadlillah, H. N., Nuraida, L., & Purnomo, E. H. (2015). Kepedulian konsumen terhadap label dan informasi bahan tambahan pangan (BTP) pada label kemasan pangan di Kota Bogor. *Jurnal Mutu Pangan: Indonesian Journal of Food Quality*, 2(2), 119-126.
- Hadi, R., Wirawan, I. G. N., Wulandari, R., Ciptahadi, K. G. O., Kusuma, I. G. N. A., & Saryanti, I. G. A. D. (2021). Pemanfaatan Desain Label Kemasan sebagai Media Promosi Kastengel Buana Sari. *Madaniya*, 2(1), 29-35.
- Kabupaten Sidoarjo Dalam Angka, (2021), Profil Kabupaten Sidoarjo – Gambaran Geografis Dan Administratif Wilayah, 26-02-2021, Retrieved from: sidoarjokab.bps.go.id, diakses tanggal 09-08-2021.
- Nugrahani, R. (2015). Peran Desain Grafis Pada Label Dan Kemasan Produk Makanan UMKM. *Imajinasi: Jurnal Seni*, 9(2), 127-136.
- Risqiyati, D. (2018). Preferensi Konsumen Terhadap Modifikasi Kemasan dan Label Produk Abon Ayam Pada Industry Kecil Menengah (IKM) "Sarirasa." (Doctoral dissertation, Universitas Jenderal Soedirman).
- Saputra, M. H., Ariningsih, E. P., Puspitasi, I. (2015), Analisis Strategi Branding dan Labeling Dalam Meningkatkan Daya Saing Pelaku Usaha Kecil. *SEGMEN Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(2), 113-123.
- Wahyudi, N., & Satriyono, S. (2017). *Mantra Kemasan Juara*. Elex Media Komputindo. Jakarta.