

INOVASI KEMASAN DAN VARIASI RASA KERUPUK IKAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA KECIL MENENGAH

Yusnawati, Muslimah, Nina Fahriona

Fakultas Teknik Universitas Samudra
yusnawati@unsam.ac.id

Abstract

Bunda's small and medium enterprises are one of the chips producers in Kuala Langsa village, West Langsa District, Langsa City, Aceh province, hereinafter referred to as Mitra. Based on observations made by the service team at partner locations, the problems faced were that the packaging did not attract consumer interest and there were no variations in taste other than the original taste. So far, partners have only sold crackers that have been dried, without selling chips ready to be consumed (fried). For mothers who have a lot of time to cook at home, it may not be a problem to just buy dried crackers, while mothers who have a busy schedule and don't have time to cook, will be prevented from tasting the delicious chips they produce, because there are no chips available. which is sold in ready-to-consume form. The aim of this service activity is to design attractive packaging and provide a variety of chips flavors to increase partners' competitiveness which can increase income. The stages carried out are observation, coordinating activities to be carried out with partners, packaging design, demonstration of making various flavored chips, and packaging. The results obtained are cracker packaging that has a high selling value and a variety of spicy, sweet and original chips flavors. From this service activity, partners are able to increase their income.

Keywords: chips, packaging design, various flavore.

Abstrak

Usaha kecil menengah Bunda adalah salah satu penghasil kerupuk di desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa provinsi Aceh yang selanjutnya disebut dengan mitra. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan tim pengabdian di lokasi mitra, permasalahan yang dihadapi adalah kemasan kurang menarik peminat konsumen dan tidak ada variasi rasa selain rasa original. Selama ini mitra hanya menjual kerupuk yang sudah dikeringkan saja, tanpa menjual kerupuk dalam kondisi siap dikonsumsi (digoreng). Bagi ibu-ibu yang memiliki banyak waktu untuk memasak di rumah, mungkin tidak bermasalah membeli kerupuk yang sudah dikeringkan saja, sementara ibu-ibu yang memiliki jadwal yang padat dan tidak sempat memasak, akan terhambat merasakan enakness kerupuk yang dihasilkan, karena kerupuk tidak ada yang dijual dalam bentuk siap dikonsumsi. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah mendesain kemasan yang menarik dan menyediakan variasi rasa kerupuk untuk meningkatkan daya saing mitra yang mampu meningkatkan pendapatan. Tahapan yang dilakukan adalah observasi, koordinasi kegiatan yang akan dilakukan dengan mitra, mendesain kemasan, demonstrasi pembuatan kerupuk aneka rasa, dan pengepakan. Hasil yang diperoleh adalah kemasan kerupuk yang memiliki nilai jual yang tinggi dan variasi rasa kerupuk pedas, manis, dan original. Dari kegiatan pengabdian ini mitra mampu meningkatkan pendapatan.

Keywords: kerupuk, desain kemasan, aneka rasa.

PENDAHULUAN

UKM Bunda adalah salah satu penghasil kerupuk di desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa (Mitra). Mitra bisa mengolah 15 Kg ikan setiap hari, tergantung dengan pasokan ikan yang ada di pasar. Bahan baku yang digunakan untuk memproduksi kerupuk adalah ikan bandeng. Proses produksinya diawali dengan penyiangi ikan, yaitu membuang kepala, duri, kulit ikan, selanjutnya mencuci ikan sampai bersih agar tidak amis, kemudian pengadonan, yaitu mencampur ikan dengan tepung dan bahan penolong lainnya yang diperlukan, selanjutnya pencetakan adonan, yaitu membentuk adonan menjadi bulat panjang dengan diameter berkisar 3 cm dan panjang 20 cm. Selanjutnya pengerasan adonan menggunakan *freezer*, tujuannya adalah agar adonan keras dan mudah dipotong tipis. Selanjutnya proses pengeringan, proses ini bertujuan untuk mengurangi kadar air kerupuk. Proses pengeringan memerlukan waktu 1 hari apabila cuaca mendukung.

Kerupuk yang dihasilkan hanya memiliki rasa original dan kemasan plastik bening tanpa ada informasi apapun dalam kemasan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh tim pengabdian, mitra sudah memiliki sertifikat izin pangan industri rumah tangga (PIRT). Hal yang disayangkan apabila no izin ini tidak tertera dalam kemasan. Pelanggan akan merasakan hal yang berbeda apabila kerupuk yang dibeli memiliki sertifikat PIRT. Selain itu tidak ada variasi rasa mengakibatkan pelanggan tidak memiliki pilihan lain selain rasa original. Banyaknya variasi rasa kerupuk yang ada di pasaran menjadikan suatu tantangan bagi mitra untuk meningkatkan daya saing. Inovasi kemasan dan variasi rasa sangat

diperlukan agar mitra mampu meningkatkan daya saingnya. Selama ini mitra hanya menjual kerupuk yang sudah dikeringkan saja, tanpa menjual kerupuk dalam kondisi siap dikonsumsi (digoreng). Bagi ibu-ibu yang memiliki banyak waktu untuk memasak di rumah, mungkin tidak bermasalah membeli kerupuk yang sudah dikeringkan saja, sementara ibu-ibu yang memiliki jadwal yang padat dan tidak sempat memasak, akan terhambat merasakan enakness kerupuk mitra, karena kerupuk tidak ada yang dijual dalam bentuk siap konsumsi. Mitra sudah beroperasi lebih dari 20 tahun, hal ini membuktikan kerupuk yang dihasilkan masih memiliki pasar. Wawancara yang telah dilakukan terhadap beberapa pelanggan melaporkan bahwa kerupuk yang dihasilkan UKM bunda memiliki rasa yang guring dibandingkan kerupuk sejenisnya.

Permasalahan yang dihadapi mitra adalah tidak ada desain kemasan untuk produk akhir yang dihasilkan dan tidak ada pilihan variasi rasa selain original.

Kemasan dan desain kemasan merupakan elemen penting dalam memasarkan berbagai produk, dan menjadi kunci penting untuk menyampaikan keunggulan suatu produk kepada pelanggan, desain kemasan memberikan pengaruh penting pada perkembangan bisnis (Clara, 2021). Daya tarik suatu produk tidak lepas dari kemasannya. Kemasan menjadi pemicu karena langsung sampai ke konsumen (Asilmi, 2022). Secara fungsional, bentuk kemasan harus portabel, protektif, mudah dibuka, dan mudah digunakan setiap produk (Juliasari & Liyundira, 2022).

Pengemasan yang baik tentu akan mempengaruhi harga produk. Oleh karena itu, UMKM perlu menyusun

strategi pemasaran untuk menghindari hal tersebut. Namun bagi sebagian konsumen yang sangat mementingkan kualitas, harga tidak menjadi masalah jika produk yang ditawarkan benar-benar berkualitas (Habib Efendi et al., 2023).

Desain kemasan yang baik adalah yang sederhana, fungsional, dan menimbulkan respon emosional yang positif. Kemasan harus mampu menarik perhatian secara visual, emosional dan rasional. Desain kemasan yang baik memberikan nilai tambah pada produk yang dikemas (Qur'ana et al., 2022). Penelitian menunjukkan bahwa 80% dari seluruh aktivitas persepsi manusia terjadi melalui penglihatan atau persepsi kasat mata/visual. Oleh karena itu, unsur grafis kemasan meliputi warna, bentuk, branding, ilustrasi, teks, dan tata letak. Ini adalah elemen visual yang memainkan peran terbesar dalam menyampaikan pesan Anda secara kasat mata (Amizur et al., 2022).

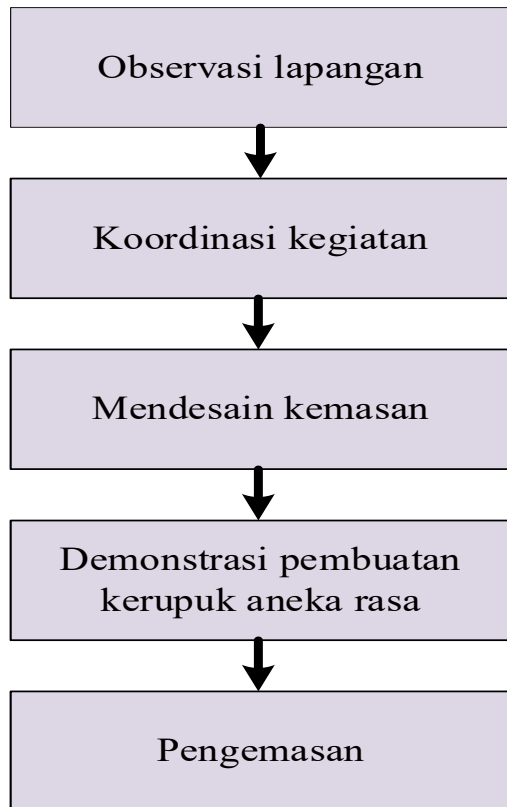
Ada banyak jenis kemasan yang berbeda. 1) Kemasan primer adalah kemasan yang menghubungkan/menghubungkan produk secara langsung dan biasanya berukuran relatif kecil disebut juga kemasan ritel. 2) Kemasan sekunder adalah kemasan sekunder yang mencakup beberapa kemasan sekunder. Dengan kemasan jenis ini tidak terjadi kontak langsung dengan produk yang dikemas. 3) Kemasan tersier adalah kemasan ketiga dalam rangkaian kemasan sekunder. Kemasan ini digunakan untuk pengiriman lokal, antar pulau, atau internasional. Itu harus tahan benturan, tahan cuaca, dan berkapasitas besar. Jenis kemasan yang digunakan dalam layanan ini adalah kemasan primer (Hadi et al., 2021).

METODE

Tahapan yang dilaksanakan dalam kegiatan pengabdian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Observasi
Tim pengabdian melakukan observasi di lapangan. Tim menemukan permasalahan yaitu kemasan masih sederhana hanya plastik bening tanpa ada informasi apapun. Serta belum ada variasi rasa kerupuk yang dihasilkan.
2. Koordinasi kegiatan
Tim pengabdian mengkoordinasikan kegiatan yang akan dilakukan berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra.
3. Mendesain kemasan
Kemasan di desain tujuannya adalah untuk meningkatkan daya tarik konsumen.
4. Demonstrasi pembuatan kerupuk aneka rasa.
Tim pengabdian menyampaikan proses pembuatan kerupuk aneka rasa. Pada tahapan pengadonan variasi rasa dilakukan. Harapannya tambahan variasi rasa menggunakan zat organik yang aman untuk dikonsumsi.
5. Pengemasan
Kerupuk yang dihasilkan dikemas menggunakan kemasan yang sudah didesain.

Tahapan kegiatan ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan PKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Desain kemasan.

Tim melakukan desain kemasan, adapun tahapannya adalah sebagai berikut:

- Menentukan informasi yang ditampilkan dalam kemasan, informasi yang akan ditampilkan adalah sebagai berikut:
 - Nama produk: kerupuk ikan bunda
 - Variasi rasa: original, pedas, dan manis
 - Komposisi: tepung tapioka, bawang putih, garam, daging ikan bandeng
 - Nama usaha yang memproduksi: UKM Bunda, Kota Langsa, Provinsi Aceh

5. No izin PIRT: 202117301009923

6. Tanggal kadaluarsa produk

b. Menentukan bahan yang dipilih.

Bahan yang dipilih adalah kertas glossy yang dilapisi dengan aluminium foil.

c. Mendesain layout kemasan.

Layout kemasan ditampilkan pada gambar 2.



Gambar 2. Kemasan

2. Demonstrasi pembuatan kerupuk aneka rasa

a. Mencampur tepung, ikan serta bumbu yang diperlukan. Pada tahap ini penambahan rasa mulai dilakukan. Variasi rasa pedas dengan menambah gilingan cabai ke adonan, variasi rasa manis dengan menambah gula ke adonan. Pada tahap ini tidak menutup kemungkinan kerupuk dengan rasa lain yang disukai. Mitra dapat berinovasi lagi untuk menciptakan kreasi rasa yang dirasa disukai oleh konsumen.



Gambar 3. Pengadukan adonan

b. Mencetak adonan menjadi bulat panjang, yang nantinya akan diiris tipis-tipis sesuai dengan ukuran kerupuk yang diinginkan. Selama ini mitra melayani ukuran ketebalan kerupuk dari pelanggan. Apabila ada permintaan ketebalan kerupuk yang lebih tebal, mereka akan mengiris kerupuk berbeda dengan kebiasaan dari yang mereka buat setiap harinya. Mengiris adonan dilakukan sesudah adonan didinginkan ke dalam freezer selama satu malam dengan menggunakan pisau



Gambar 4. Pencetakan adonan

c. Pengeringan kerupuk
Kerupuk dikeringkan bisa mencapai satu sampai dua hari bila

cuaca mungkin, tetapi bila cuaca tidak mendukung pengeringan kerupuk bisa mencapai lebih dari dua hari. Dari kegiatan ini ada tiga variasi rasa yang dihasilkan yaitu pedas, manis, dan original.



Gambar 5. Pengeringan kerupuk

3. Pengemasan

Kegiatan pengemasan kerupuk diawali dengan memasukkan kerupuk ke dalam wadah kemasan yang sudah didesain, kemudian merekatkan bagian plastik kemasan yang terbuka dengan alat perekat yang disebut dengan *sealler*. Kegiatan pengemasan ditampilkan pada gambar berikut.



Gambar 6. memasukkan kerupuk ke dalam kemasan



Gambar 7. Merekatkan bagian kemasan yang tertutup menggunakan sealler



Gambar 8. Kerupuk yang sudah dikemas dengan aneka rasa

SIMPULAN

Hasil kegiatan pengabdian yang dilakukan adalah kerupuk yang dihasilkan mitra memiliki variasi rasa pedas, manis, dan original. Serta kemasan kerupuk sudah menarik dibandingkan dengan kemasan sebelumnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Universitas Samudra yang telah mendukung kelancaran kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amizur, D. A., Sukmawati, A., Yahya, S. A., & Elfarisna, E. (2022). Inovasi Produk Umkm Daun Bidara Serta Pengemasan Produk Pada Masyarakat di Desa Curug Wetan. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1(1).
- Asilmi, C. B. A. (2022). Pengaruh Desain Kemasan Produk Kecantikan Terhadap Minat Beli Konsumen: Pengaruh Desain Kemasan Produk Kecantikan Terhadap Minat Beli Konsumen. *JBC: Journal of Beauty and Cosmetology*, 4(1), 6–13.
- Clara, C. (2021). pengaruh desain dan manfaat kemasan terhadap minat pembelian FMCG. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 19(1), 1–25.
- Habib Efendi, F., Hidayah, N. R., & Susena, K. C. (2023). Peranan Kemasan Untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM Roti Al Batsit Kota Bengkulu. *Jurnal Kewirausahaan & Bisnis*, 5(1), 1–4.
- Hadi, A. P., Suryani, S., & Wibowo, M. C. (2021). Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Kepuasan Pelanggan UMKN Sakukata. Co Salatiga. *Pixel: Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 14(1), 95–108.
- Juliasari, D., & Liyundira, F. S. (2022). Desain Kemasan Produk sebagai Media Perluasan Pemasaran. *Progress Conference*, 5(2), 206–211.
- Qur'ana, T. W., Sidik, A., Noor, H., & Dharmawati, A. (2022). Pelatihan Desain Kemasan bagi Pemula pada Pelaku Usaha Mikro dan Kecil Kota

Banjarbaru, Kalimantan Selatan.
Jurnal Abdi Masyarakat
Indonesia, 2(1), 191–198.