

PENDAMPINGAN PACKAGING UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK PETIS MADURA DI UMKM CAK UDIN KABUPATEN PROBOLINGGO

Saiful Rizal*, Eka Farida

Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia

*Koresponden penulis: 082229106866saif@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan yang dilakukan adalah dengan agenda pendampingan perbaikan kemasan petis madura sebagai upaya perbaikan kemasan lama untuk UMKM Petis Madura di Kabupaten Probolinggo. Metode pendekatan yang dilakukan yakni dengan memberikan sosialisasi pengetahuan terhadap UMKM Cak Udin dalam pembaharuan kemasan Petis Madura guna meningkatkan kreativitas pemilik maupun karyawan UMKM Petis Madura dalam hal packaging agar menjadi lebih menarik, aman, higienis, meningkatkan penjualan dan nilai jual produk. Dari pembahasan diatas bahwa sosialisasi yang dilakukan oleh Penulis mengenai pembaharuan kemasan produk Cita Mandiri memberikan ilmu baru kepada pemilik UMKM dan karyawannya. Dengan pembaharuan kemasan yang diberikan diharapkan dapat meningkatkan daya jual kepada masyarakat karena kemasan merupakan bagian penting dalam sebuah pemasaran serta dapat menumbuhkan jiwa kreatif dalam pengemasan kepada karyawan ataupun pemilik UMKM Petis Madura.

Kata Kunci:

pendampingan; kemasan; meningkatkan daya jual

PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha perorangan atau organisasi usaha yang memenuhi kriteria usaha kecil. UMKM merupakan salah satu usaha yang sangat dibutuhkan oleh sebagian masyarakat Indonesia sebagai penopang perekonomian sehari-hari. Jumlah UMKM di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah, mencatat pada tahun 2018 jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah telah mencapai 64,2 juta usaha dan angka tersebut telah mencapai 99,9 persen dari total usaha yang beroperasi di Indonesia (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2021). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berperan penting bagi perekonomian Negara Indonesia. Kementerian Keuangan RI dalam laporannya menjelaskan UMKM sebagai penyumbang terbesar Produk Domestik Bruto Nasional sehingga berdampak positif bagi Negara Indonesia (Hidayat N et al., 2022).

Keadaan ini sangat dimungkinkan karena keberadaan UMKM sangat dominan dalam perekonomian. Indonesia, karena jumlah industrinya yang besar dan ada di setiap sektor perekonomian, potensi penyerapan tenaga kerja yang tinggi, dan kontribusi UMKM dalam pembentukan perekonomian. Salah satu bisnis yang kini tumbuh signifikan adalah usaha kuliner. Hal ini dikarenakan makanan

atau minuman merupakan kebutuhan utama bagi individu atau orang yang selalu ada dalam kehidupan kita. Usaha kuliner memiliki ragam yang luas, mulai dari makanan (makanan) yang sederhana, minuman hingga makanan berat (Nasution & Limbong, 2018).

Jajanan (makan) disebut juga daftar jenis makanan yang tidak termasuk dalam menu utama (sarapan atau makan siang atau makan malam) (Utari, 2016), yang dapat diberikan di luar jam makan utama (Nurhayati et al., 2012). UMKM Pusat oleh-oleh Petis Madura merupakan usaha produksi yang didirikan oleh Bapak Ahmad Saifuddin, dengan nama perusahaannya yaitu Cak Udin yang berdiri sejak tahun 2019 an, bergerak di bidang Sambal Petis. Lokasi UMKM "Cak Udin" berada di Giran, RT/RW. 004/002, Randujalak, Besuk, Kabupaten Probolinggo.

Adapun produk yang diproduksi antara lain Petis Madura. Pengemasan adalah bagian dari proses yang melibatkan desain dan pembuatan wadah atau penutup luar. Kemasan produk yang baik merupakan faktor penting guna menarik konsumen untuk membeli. Adapun pentingnya sebuah kemasan dari suatu produk adalah selain melindungi produk dari goresan, kerusakan dan kelembapan, kemasan yang baik juga berfungsi sebagai faktor yang menjadi daya tarik/bagi/pembeli. Kemasan produk UMKM Cak Udin yang akan diperbaiki adalah kemasan Petis Madura.

Kondisi awal pengemasan produk Petis Madura dari UMKM Cak Udin yakni dikemas dengan menggunakan wadah seperti gelas plastik air mineral kecil yang kemudian di Pres dengan mesin penutup pres biasa tanpa label apapun. Jika dilihat dari bentuk pengemasan Petis Madura dengan wadah gelas plastik air Mineral ini masih terkesan sederhana dan kurang menarik. Selain itu jika terdapat pemesanan dari konsumen dengan jarak jauh akan sangat mudah beresiko mengalami kerusakan karena wadah gelas plastik air mineral tidak mampu melindungi produk dari tekanan. Oleh karena itu dibutuhkan inovasi/pembaharuan. Pengemasan produk yang baru agar tampilan dari produk Petis Madura menjadi lebih menarik, aman, higienis dan tahan lama sehingga mampu menambah daya tarik bagi para pembeli, penjualan produk dapat meningkat dan dapat memenuhi kepuasan pembeli. Disamping itu, juga dapat menambah nilai dari harga produk sehingga keuntungan penjualan yang diperoleh UMKM Cak Udin mengalami/peningkatan.

METODE PELAKSANAAN

Di Kabupaten Probolinggo, kemudian melakukan pelatihan dan pendampingan mengenai Perbaikan Packaging dan kualitas produk yang bertujuan untuk membantu meningkatkan usaha Petis Madura Cak Udin. Metode yang digunakan dalam program perbaikan ini untuk meningkatkan penjualan produk Cak Udin terbagi atas 4 tahap, yaitu:

Tahap Survei

Lokasi yang digunakan untuk melaksanakan pendampingan perbaikan Packaging dan kualitas produk berada di Rumah Produksi Cak Udin – Kabupaten Probolinggo Jawa Timur. Tahap pertama yang dilakukan adalah dengan survey atau mengamati kondisi produk Cak Udin dan nilai potensial produk untuk masyarakat sasaran.

Tahap Sharing

Melakukan sharing kepada pemilik dan karyawan UMKM Cak Udin mengenai permasalahan packaging dan kualitas produk.

Tahap/Pengemasan

Menyiapkan kripik kentang yang sudah dikemas dalam kemasan terdahulu pada kantong plastik yang telah ditentukan berat masing-masing pada produk Petis Madura Cak Udin, untuk dimasukkan ke dalam kemasan baru.

Tahap Evaluasi

Pada tahap ini dilakukan evaluasi terhadap ketertarikan konsumen terhadap inovasi kemasan dan rasa pada Petis Madura Cak Udin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses pelaksanaan pendampingan Perbaikan Packaging sebagai upaya meningkatkan kualitas produk dan penjualan Produk UMKM Petis Madura Cak Udin. Kami melakukan serangkaian kegiatan sebagai berikut.

Tahapan Pendampingan Survei dan Sharing UMKM

Pertama sharing dengan Mitra terkait dengan problem yang dihadapi dalam hal ini beberapa perkara yang berkaitan dengan pengemasan. Penulis dan juga pemilik serta karyawan dari Cak Udin melakukan musyawarah untuk mencarijalan keluarentang hal-halyang sedang dihadapi terlebihsaat ini model pengemasan sangat banyak, maka dari itu perlu adanya penempatan tentang pengemasan yang diinginkan oleh Cak Udin. Adapun rencana yang akan diterapkan sebagai berikut tahap awal yang dilakukan oleh Penulis yaitu sosialisasi dengan pengembangan packaging pada produk adalah sharing dengan Mitra, terkait model packaging yang sesuai dengan karakteristik agar daya tahan produk lebih lama. Hal ini dikarenakan penggunaan packaging yang sebelumnya sangat rawan sekali terhadap kerusakan produk terlebih untuk pengiriman yang jauh. Hal ini beresiko produk akan rusak dan UMKM Cak Udin akan mengalami kerugian terhadap produk produk yang rusak.



Gambar 1. Survei dan Sharing antara Penulis dengan pemilik dan karyawan UMKM Cak Udin

Maka dari itu tim melakukan beberapa tahapan untuk menentukan packaging yang baik terutama pengiriman jarak jauh. Dalam hal ini bisa melindungi produk sehingga daya tahan produk dapat lebih lama. Berdasarkan hasil sharing tim dengan Mitra, perbaikan packaging produk ini berupa penggunaan toples/mika yang lebih aman dan juga tahan lama dibandingkan dengan penggunaan packaging seperti tempat air minum gelas, dari hasil sharing yang dilakukan ada beberapa hal yang menjadikan beberapa permasalahan terkait hal hal tersebut penyebab munculnya permasalahan ini, dapat diidentifikasi, yaitu; (1) desain kemasan (packaging) masih belum maksimal; (2) penggunaan teknologi masih lemah; dan; (3) rendahnya manajemen usaha. Oleh karenanya, upayapeningkatan kapasitas dapat dilakukan melalui; (1) pemahaman pentingnya kemasan; (2) survei kebutuhan kemasan; dan (3) rancangan kemasan yang berdaya saing.

Desain kemasan menurut Mc Daniel & Baker (1997) merupakan salah satu elemen terpenting dalam bauran pemasaran perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Karena seperti yang dikatakan Orth dan Malkewitz (2008) bahwa kehadirannya di titik penjualan dan posisinya sebagai alat bantu penting yang diandalkan konsumen untuk mengambil keputusan, desain kemasan merupakan media yang sangat kuat. Situasi ini menawarkan kemungkinan meningkatnya diferensiasi dari banyaknya produk pesaing dan dengan demikian mengarahkan pilihan konsumen untuk menerima produk perusahaan. Pentingnya kemasan bagi suatu produk tidak hanya berkaitan dengan keindahan produk, tetapi juga sangat mempengaruhi keamanan produk yang akan dijual, dalam hal ini produk di Cak Udin berupa Petis madura, beberapa diantaranya mereka mudah rusak selama pengiriman. Sebagaimana hasil survei yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya menunjukkan bahwa pentingnya semua aspek kemasan membandingkan kemasan dapat menimbulkan persepsi terhadap kualitas makanan, hal ini sejalan dengan pendapat Magnier et al (2016). Setelah itu, kemasan yang baik dapat membangun kesan yang baik pada konsumen, hal ini sejalan dengan Official & Wismiarso (2015) Gonzales quarter, (2007) Official & Wismiarso (2015) dan Bettels quarter. (2020), kemasan dapat meningkatkan penjualan. Kemasan merupakan aspek penting dalam pemasaran karena merupakan cara ampuh untuk mempromosikan atribut dan merek produk tertentu melalui faktor grafis, teks, dan desain sistem.

Tahapan Pengemasan dan Evaluasi

Tahapan selanjutnya adalah perbaikan packaging produk dengan kemasan baru menggunakan toples/mika. Hal ini dilakukan dengan setiap toples diisi sebanyak 250ml Petis Madura, sehingga ketika pembeli melihat produk akan jauh lebih tertarik. Berikut adalah hasil dari desain packaging produk Petis Madura dari kemasan lama dan yang baru menggunakan kemasan toples dan Contoh menggunakan tempat air minum gelas.



Gambar 2. Kemasan petis Madura yang lama

Dengan adanya pengembangan packaging produk UMKM Cak Udin mampu membantu dalam meningkatkan penjualan dari sebelumnya. Sehingga pengabdian ini diharapkan mampu berdampak terhadap UMKM Cak Udin sebagai inovasi awal dan kemudian mampu dikembangkan menjadi inovasi yang lebih baik untuk UMKM Cak Udin kedepannya.



Gambar 3. Kemasan Petis Madura yang baru

KESIMPULAN

Dari pembahasan diatas bahwa sosialisasi yang dilakukan oleh Penulis SCALE UP BUSINESS mengenai pembaharuan kemasan produk Cak Udin memberikan ilmu baru kepada pemilik UMKM dan karyawannya. Dengan pembaharuan kemasan yang diberikan diharapkan dapat meningkatkan daya jual kepada masyarakat karena kemasan merupakan bagian penting dalam sebuah pemasaran serta dapat menumbuhkan jiwa kreatif dalam pengemasan kepada karyawan ataupun pemilik UMKM Petis Madura. Fungsi kemasan tidak hanya sebagai hiasan produk melainkan juga kemasan sangat mempengaruhi terhadap terjaganya sebuah kualitas produk hingga sampai pada konsumen, pemilihan bentuk dan bahan kemasan juga sangat mempengaruhi pada tingkat harga serta keindahan produk terlebih kemasan yang sesuai dengan bentuk produk juga akan mendukung terhadap ketertarikan konsumen pada produk yang/ditawarkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang bersangkutan dalam pelaksanaan serta kontribusi yang diberikan dalam kegiatan Praktik SCALE UP BUSINESS sehingga mampu berjalan dengan lancar, yaitu: Magister Manajemen Universitas Islam Malang; UMKM Cak Udin sebagai UMKM yang bersedia menjadi tempat pendampingan.

DAFTAR RUJUKAN

- Adilah, S., & etc. (2022). Pembaharuan Kemasan Tahu Goreng Sebagai Upaya Perbaikan Kemasan bagi UMKM di Desa Alai Selatan. Universitas Indo Global Mandiri, 6(3).
- Hidayat N, R., Sulistyawati, L., & Prabowo, B. (2022). Manajemen Sumber Daya Manusia Era Digital Berbasis UMKM. Airlangga University Press.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2021). Artikel DJKN: UMKMBangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit. Direktorat Jenderal Kekayaan Negara, Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Nafif, F., & etc. (2022). Inovasi Packaging dan Marketing Produk UMKM Rumah Sehat Barokah di Desa Bantrung, Kecamatan Batealit, KabupatenJepara.UniversitasIslamNahdlatulUlamaJepara,5(2).
- Najib, M. F. (2022). Inovasi Desain Kemasan (Packaging) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM. 6(1).
- Nasution, Z. A., & Limbong, H. P. (2018). Kajian faktor- Faktor Penguat Usaha Pengembangan UKM Makanan Ringan. Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, 29.
- Nurhayati, A. N., Lasmawati, & Yulia. (2012). Pengaruh Mata Kulah Berbasis Gizi dan Pemilihan Makanan Jajanan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Boga. Jurnal Penelitian Pendidikan, 13(1), 1–6.
- Utari, D. T. (2016). Manajemen Pemasaran: Kasus dalam Pengembangan Pasar Wisata Kuliner Tradisional Betawi. CV Pena Persada.
- Ilmiyah, F., W, S. N. A., N, I. A. Q., Zunaidi, A. (2022). Sosialisasi Penanggulangan Tingginya Angka Pernikahan Dini di Desa Tambakrejo-Wonotirto-Blitar. Komatika: JurnalPengabdian Kepada Masyarakat,2(2),29-33.<https://doi.org/10.34148/komatika.v2i2.508>
- Zunaidi,A.Maghfiroh,FL,PendampinganMasyarakatMelaluiManajemen Fundrising dalam Upaya Menghimpun Dana dan Mempercepat Renovasi Pembangunan Masjid Baiturrahim Nganjuk. Jurnal Ilmiah Pengabdhi, Vol 8, No 1, 2022. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v8i1.13915>
- Zunaidi, A. Rahmah, Risa. Salsabila, Salma., (2020). Meningkatkan Motivasi Akademis Selama Pandemi Pada Mahasiswa Baru Fakultas Febi Iain Kediri, Jurnal Dedikasi PKM: Prodi Manajemen Universitas PamulangVol 2, No 3 (2021) DOI: <http://dx.doi.org/10.32493/dedikasipkm.v2i3.12627>

- Zunaidi, A. (2022). Diklat Makalah Sebagai Implementasi Potensi Kepenulisan Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Mahasiswa Selama Pandemi Covid19. *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi*, 2(1), 1-7. <https://doi.org/10.58466/literasi.v2i1.15>
- Zunaidi, A. (2020). Meningkatkan Pemahaman Masyarakat tentang Peran Pegadaian Syariah dalam Menyukseskan Program Pemulihan Ekonomi Nasional pada Masa Pandemi Covid19. *Jurnal Ilmiah Pengabdhi*, Vol 7, No 2 DOI: <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v7i2.11424>
- Zunaidi, A. (2021). Wakaf Keluarga Perspektif UU No. 41 Tahun 2004 dan Maqasid Al-Usrah Jamal Al-Din Atiyyah. *Mahakim: Journal of Islamic Family Law*, 5(2), 115-133. <https://doi.org/10.30762/mahakim.v5i2.137>
- Zunaidi, A. (2022). PRODUCTIVE WAQFIN MAQASID SHARIA PERSPECTIVE. *Al'Adalah*, 25(1), 93-104. <https://doi.org/10.35719/aladalah.v25i1.28>