

## PENERAPAN KEMASAN DAN LABEL UNTUK PRODUK OLAHAN SINGKONG DI KELOMPOK TANI BAROKAH

Dwi Yuni Hastati<sup>1</sup>, Ani Nuraeni<sup>2</sup>, Faranita Ratih L<sup>3</sup>, Wien Kuntari<sup>4</sup>

<sup>1</sup>) Program Studi Supervisor Jaminan Mutu Pangan, Sekolah Vokasi IPB University

<sup>2</sup>) Program Studi Manajemen Industri Jasa Makanan dan Gizi, Sekolah Vokasi IPB University

<sup>3</sup>) Program Studi Analisis Kimia, Sekolah Vokasi IPB University

<sup>4</sup>) Program Studi Manajemen Agribisnis, Sekolah Vokasi IPB University

*e-mail:* dwiyunisuyatma@apps.ipb.ac.id, aninuraeni@apps.ipb.ac.id,

faranita@apps.ipb.ac.id, wienkunt@apps.ipb.ac.id

### Abstrak

Tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini adalah untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada pelaku UMKM di Kelompok Tani Barokah tentang pentingnya peranan kemasan dan desain label kemasan dalam peningkatan nilai jual produk olahan singkong. Selama ini, produk yang dihasilkan masih belum memaksimalkan fungsi kemasan. Sehingga manfaat kemasan yang dapat melindungi produk, dapat memperpanjang umur simpan ataupun dapat meningkatkan nilai jualnya belum diperoleh secara optimal. Oleh karena itu perlu diberikan pemahaman kepada pelaku UMKM di Kelompok Tani Barokah bahwa kemasan yang baik dan menarik dapat meningkatkan nilai jual produk. Kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan metode demonstrasi dan penyuluhan yang meliputi: (1) memberikan pemahaman tentang jenis dan karakteristik kemasan pangan serta fungsinya dalam melindungi produk pangan, (2) memberikan informasi tentang pentingnya label pangan yang benar sesuai peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan menarik. Dalam penyuluhan, penggunaan kemasan dan label pangan ini diaplikasikan pada produk diversifikasi olahan singkong *Cassava Strip Pastry*. Luaran hasil kegiatan pengabdian ini berupa peningkatan pemahaman dan pengetahuan peserta tentang kemasan dan label pangan. Hal ini terlihat pada peningkatan nilai post-test hingga 60 %. Diharapkan peningkatan pemahaman ini akan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM di Kelompok Tani Barokah dalam menghasilkan produk olahan singkong bernilai jual tinggi sehingga dapat menjadi produk unggulan di Desa Benteng, Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor.

**Kata kunci:** Singkong, Kemasan Pangan, Label Pangan, UMKM

### Abstract

The purpose of this Community Service (PkM) activity is to provide understanding and knowledge to Small and Medium Enterprises (MSMEs) actors in the Barokah Farmer Group about the important role of packaging and packaging label design in increasing the selling value of processed cassava products. So far, the resulting product has not maximized the function of the packaging yet. So that the benefits of packaging that can protect the product, can extend the shelf life or can increase the selling value have not been obtained optimally. Therefore, it is necessary to give understanding to MSMEs actors in the Barokah Farmer Group that the good and an attractive packaging can increase the selling value of the product. Service activities were carried out using demonstration and counseling methods which include: (1) providing an understanding of the types and characteristics of food packaging and its function in protecting food products, (2) providing information about the importance of correct food labeling according to the regulations of the Food and Drug Supervisory Agency (BPOM). In counseling, the use of food packaging and labels is applied to the diversified product of Cassava Strip Pastry. The output of this service activity is the increased participants' understanding and knowledge about food packaging and labels. This can be seen in the increase of post-test scores up to 60%. Hoping that this increased in understanding will increase the ability of MSMEs actors in the Barokah Farmer Group to produce processed cassava products with high selling value so that it can become superior products in Benteng Village, Ciampea District, Bogor Regency.

**Keywords:** Cassava, Food Packaging, Food Labels, MSMEs

## PENDAHULUAN

Pada masa pandemi, tantangan yang dihadapi UMKM pada bidang pangan semakin kompleks, dimana daya beli masyarakat menurun sehingga banyak produk UMKM pangan yang tidak terjual. Dalam kondisi tersebut, berbagai strategi dapat dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah suatu produk, salah satunya menawarkan produk baru hasil diversifikasi (Yuliari & Riyadi, 2015). Disamping itu, diperlukan juga usaha untuk memperbaiki tampilan kemasan dan mengoptimalkan fungsi kemasan (Rosalina et al., 2012). Kemasan yang baik dan menarik adalah sumber informasi bagi konsumen dan mendorong konsumen untuk membeli produk (Wyrwa & Barska, 2017). Faktor-faktor lain yang dapat juga meningkatkan nilai tambah produk melalui kemasan, seperti: memberikan keunikan pada kemasan, kesesuaian desain kemasan dengan produk, menggunakan kemasan yang dapat didaur ulang, dan memberikan variasi kemasan yang disesuaikan dengan karakter konsumen (Apriyanti, 2018). Akan tetapi, hanya sedikit UMKM yang telah memaksimalkan potensi kemasan untuk meningkatkan daya tarik produk, termasuk UMKM di Kelompok Wanita Tani Barokah yang berada di Desa benteng, Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor.

Selama ini, UMKM di Kelompok Wanita Tani Barokah telah menjadikan produk olahan singkong sebagai salah satu penunjang ekonomi rumah tangga dan penunjang ekonomi desa. Produk-produknya seperti mocaf, sawut, dan kue-kue kering berbahan dasar singkong telah banyak dijual namun masih terbatas pada penjualan secara tradisional dan belum menembus pasar modern. Secara umum terlihat bahwa salah satu sumber permasalahannya terletak pada kurangnya pemahaman dan pengetahuan pelaku UMKM pada pemilihan dan pemanfaatan kemasan produk. Produk masih dikemas dan di label dengan cara sederhana sehingga terlihat kurang menarik.

Kondisi ini disebabkan karena pelaku UMKM masih kurang pemahamannya atas beberapa faktor, seperti : kurang memahami karakteristik produk serta faktor-faktor yang menyebabkan kerusakannya dan kurang memahami karakteristik bahan pengemas sehingga produk ditempatkan pada kemasan yang tidak tepat, Selain itu juga masih kurangnya pemahaman tentang tata cara penyimpanan yang tepat, kurang memahami fungsi label pangan, hingga produk pangan yang dijual masih belum memiliki brand/merek sebagai identitas ataupun diferensiasi dengan produk sejenis. Semua keterbatasan ini berakibat pada kurang optimalnya dalam memanfaatkan kemasan pangan sehingga belum dapat memberikan nilai tambah pada produk yang dikemasnya.

Untuk itu, tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini adalah untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada pelaku UMKM di Kelompok Tani Barokah tentang pentingnya kemasan dan label pangan pada kemasan dalam meningkatkan nilai jual produk. Diharapkan setelah mengikuti kegiatan ini, pelaku UMKM dapat memperbaiki kualitas kemasan dan label pangan yang ada sehingga dapat meningkatkan nilai tambah produk olahan singkong. Dalam penyuluhan, penggunaan kemasan dan label pangan ini diaplikasikan pada produk diversifikasi olahan singkong Cassava Strip Pastry. Pemilihan bahan kemasan yang tepat akan dapat meningkatkan kualitas produk dan memperpanjang masa kadaluarsa produk pangan (Subagyo et al., 2021) serta dapat memberikan pengaruh dalam mempertahankan atau meningkatkan penjualan (Rahardjo, 2019).

## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan koordinasi melalui perwakilan Kelompok Wanita Tani Barokah, Desa Benteng, Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor. Sebelum pelaksanaan, tim dosen mengabdikan telah mempersiapkan hal-hal yang diperlukan, seperti kemasan toples plastik bening jenis plastik *Polyethylene Terephthalate* (PET) yang akan digunakan sebagai wadah produk diversifikasi olahan singkong *Cassava Strip Pastry*, desain label kemasan, bahan baku pembuatan produk dan materi penyuluhan berupa *power point*.

Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan evaluasi awal pemahaman peserta berupa pemberian *pre-test*, praktik pembuatan produk diversifikasi olahan singkong *Cassava Strip Pastry*, dan penyampaian materi tentang fungsi kemasan, karakteristik kemasan pangan, dan label pangan. Materi disampaikan dengan bentuk ceramah dengan dibantu *power point*. Jumlah peserta yang hadir 15 orang dan merupakan anggota UMKM di Kelompok Tani Barokah. Di akhir kegiatan, proses evaluasi dilakukan kembali untuk

mengetahui peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan dengan memberikan *post-test* kepada peserta.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengenalan produk diversifikasi olahan singkong *Cassava Strip Pastry* kepada UMKM di Kelompok Wanita Tani Barokah diharapkan dapat berkembang dan berkelanjutan. Untuk itu, kegiatan pengabdian ini dimulai dengan demonstrasi dan praktik cara pembuatan *Cassava Strip Pastry*. Agar produk ini dapat bernilai tinggi dan dapat menjangkau ke pasar modern yang lebih luas, maka tahapan berikutnya adalah memberikan pemahaman tentang pentingnya penggunaan kemasan yang tepat, dalam hal ini terkait dengan fungsi kemasan dan perlunya penerapan label pangan yang benar dan menarik pada produk pangan. Kemasan pangan adalah sumber informasi yang dapat menarik konsumen untuk membelinya (Wyrwa & Barska, 2017). Sebelum materi disampaikan, kepada peserta terlebih dahulu diberikan *pre-test* untuk melihat pemahaman awal peserta.

Penyampaian materi tentang fungsi kemasan bertujuan untuk mengingatkan kembali beberapa fungsi penting kemasan yaitu : (1) kemasan berfungsi sebagai pelindung produk, (2) kemasan berfungsi sebagai sumber informasi produk, sehingga desain kemasan harus dapat memberikan informasi yang benar tentang produk, (3) kemasan berfungsi branding/merek dan sebagai sarana komunikasi citra/posisi produk dipasar (Setiadi, 2005).

Untuk mengoptimalkan fungsi kemasan ini, maka kepada peserta disampaikan bahwa pelaku UMKM harus memiliki beberapa pemahaman: **pertama**, pemahaman akan karakteristik produk pangan yang akan dikemas karena setiap produk memiliki jenis kerusakan dan penurunan mutu yang berbeda. Hal ini disebabkan oleh kondisi fisik-kimiawi produk tersebut. **Kedua**, pemahaman dasar dalam pemilihan kemasan yang tepat dan sesuai dengan karakteristik produk pangan yang akan dikemas. Jenis-jenis bahan pengemas plastik seperti plastik *Polypropylene* (PP), plastik *Polyethylene* (PE), plastik *Polyvinyl chloride* (PVC) contohnya plastik mika, dan plastik laminasi aluminium *standing pouch*, adalah jenis kemasan plastik yang sering digunakan oleh pelaku UMKM karena harganya relatif murah dan mudah diperoleh. Akan tetapi disisi lain, tidak semua produk pangan akan cocok dikemas oleh plastik-plastik tersebut mengingat setiap jenis plastik memiliki karakteristik berbeda terutama pada kemampuannya sebagai penahan uap air, penahan gas ataupun permeabilitasnya terhadap uap air dan gas. Di sisi produk, dengan sifat fisik-kimia yang berbeda, setiap produk pangan memiliki jenis kerusakan pangan yang berbeda berbeda pula, seperti mudah lempem, alot, tengik, keras, berjamur, dan lain sebagainya. Sehingga dibutuhkan kesesuaian antara karakteristik produk pangan dengan karakteristik bahan pengemas agar kemasan dapat memberikan sifat perlindungan yang maksimal kepada produk. **Ketiga**, pemahaman tentang tata cara mengemas dan tata cara penyimpanan produk terkemas pada tempat yang tepat, seperti pada suhu ruang, suhu dingin, atau suhu beku. Jika semua kemampuan tersebut telah dimiliki oleh peserta, maka produk pangan yang dihasilkan dapat memiliki umur simpan lebih lama (tidak mudah rusak) dan tetap bermutu prima hingga produk tersebut sampai ke tangan konsumen.

Khusus untuk produk diversifikasi *Cassava Strip Pastry*, kemasan yang dipilih adalah toples plastik bening jenis *Polyethylene Terephthalate* (PET) dengan menggunakan tutup plastik berulir (Gambar 1). Dasar pertimbangan pemilihan ini adalah karena karakteristik plastik PET memiliki sifat penahan uap air dan oksigen yang baik sehingga dapat menahan masuknya uap air dan gas kedalam kemasan. Kondisi ini cocok untuk mengemas produk *Cassava Strip Pastry* yang memiliki kandungan lemak cukup tinggi sehingga produk ini akan terjaga kerenyahannya dan tidak cepat tengik. Dengan demikian, umur simpannya pun dapat menjadi lebih lama. Selain itu, harga toples ini cukup terjangkau bagi pelaku UMKM.



Gambar 1. Toples plastik *Polyethylene Terephthalate* (PET) sebagai wadah pengemas produk

Untuk mengoptimalkan fungsi kemasan sebagai sumber informasi, maka dibutuhkan label kemasan pangan yang benar dan menarik. Label dan pelabelan ini berfungsi sebagai identitas, membantu penjualan dan pemasaran produk dan juga untuk pemenuhan peraturan perundang-undangan. Fungsi label sebagai fungsi identitas mengandung pengertian bahwa kemasan harus dapat berbicara kepada konsumen, seperti memberikan informasi tentang bahan yang dikemas, cara menggunakan produk, cara menangani produk, tanggal kadaluarsa, komposisi produk, ukuran, volume, bobot, identitas produsen, lokasi produksi, *customer service*, cara penanganan kemasan bekas, dan pemenuhan persyaratan lingkungan. Fungsi label sebagai alat bantu dalam penjualan produk mengharuskan kemasan harus dapat mempromosikan dirinya sendiri melalui warna dan foto/gambar. Label sebagai fungsi pemenuhan peraturan perundang-undangan memiliki konsekuensi bahwa hal yang tercantum dalam label harus sesuai dengan kandungan bahan pangan tersebut dan tidak boleh mengecoh konsumen. Pencantuman label halal harus dapat dipertanggungjawabkan. Tanggal kadaluarsa harus benar serta ada nomor registrasi dari standar, baik dari Depkes (PIRT), SNI atau BPOM (BPOM, 2020).

Penerapan pelabelan pangan untuk produk *Cassava Strip Pastry* dibuat seperti yang terlihat pada Gambar 2. Panjang dan lebar label dibuat sedemikian rupa dan cukup besar sehingga dapat menutupi sebagian besar badan toples plastik. Kondisi ini memiliki tujuan, untuk meminimalisir paparan cahaya, uap air, dan udara (oksigen) yang berasal dari lingkungan eksternal produk. Pada label ini tidak dicantumkan nomer PIRT, nomer BPOM, ataupun label Halal karena proses pengurusannya belum dilakukan. Sementara untuk informasi nilai gizi telah dihitung menggunakan perangkat *Nutrisurvey* berdasarkan formulasi bahan baku yang digunakan.

Fungsi kemasan sebagai *branding*/merek juga disosialisasikan kepada peserta UMKM Kelompok Wanita Tani Barokah. *Branding*/merek pada produk dapat digunakan sebagai salah satu strategi untuk menambah nilai produk. Oleh karena itu, UMKM harus memiliki dan mengurus pendaftarannya jika ingin menembus pasar modern (Ratih et al., 2021). Pada sosialisasi ini juga diperkenalkan prosedur pendaftaran merek secara *online*. Simulasi merek yang digunakan pada label produk *Cassava Strip Pastry* bertuliskan “Kelompok Wanita Tani Barokah” yang dituliskan melingkar di dalam lingkaran seperti yang terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Contoh model label pangan produk *Cassava Strip Pastry*

Di akhir kegiatan, dilakukan proses evaluasi untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan, Hasil evaluasi memperlihatkan adanya peningkatan nilai *post-test* sebesar 60% dibandingkan nilai *pre-test*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa peserta UMKM Kelompok Wanita Tani Barokah telah memahami informasi tentang kemasan dan label pangan. Kepada peserta juga dibagikan produk olahan singkong *Cassava Strip Pastry* yang telah dikemas dalam toples dan diberi label sebagai *souvenir*. Hal ini dimaksudkan untuk memotivasi dan menginspirasi peserta untuk menghasilkan diversifikasi produk olahan singkong lainnya yang memiliki nilai tambah dan dapat dijual menembus pasar modern.

## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat telah berhasil meningkatkan pengetahuan peserta mengenai kemasan dan label pangan. Hal ini terlihat dari hasil *post-test* yang mengalami peningkatan hingga 60 %. Fungsi kemasan pangan dapat diperoleh secara maksimal jika pelaku UMKM memiliki pengetahuan tentang karakteristik produk pangan olahannya lalu menempatkannya pada jenis kemasan yang tepat. Label yang informatif dan *brand*/merek diperlukan untuk meningkatkan citra produk dan untuk menjangkau pasar modern.

## SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat diharapkan dapat berkelanjutan dan berkesinambungan. Untuk hasil yang lebih optimal, masih diperlukan bimbingan dan keterampilan teknis bagi pelaku UMKM Kelompok Wanita Tani Barokah dalam mengurus pendaftaran merek, izin edar (PIRT dan atau dari BPOM), serta pendampingan dalam pengurusan sertifikat Halal. Proses pendampingan dapat juga melibatkan mahasiswa untuk membantu proses persiapan dokumen-dokumen yang diperlukan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim dosen mengabdikan dari Sekolah Vokasi IPB University mengucapkan terima kasih kepada UMKM di Kelompok Wanita Tani Barokah beserta perangkat Desa Benteng, Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor Jawa Barat yang mendukung dan memfasilitasi demi kelancaran kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) IPB University atas fasilitas finansial untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya kemasan terhadap penjualan produk perusahaan. *Sosio E-Kons*, 10(1), 20-27.
- BPOM. (2020). *Pedoman Label Pangan Olahan*. Jakarta. Badan Pengawas Obat dan Makanan RI
- Rahardjo, S. T. (2019). *Desain Grafis Kemasan UMKM (ed.1)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ratih, L.F., Nuraini, A., Hastati, D.Y., & Kuntari, W. (2021). Sosialisasi merek kepada kelompok wanita tani barokah sebagai nilai tambah produk. *Community Development Jurnal*, 2(3), 791-796.
- Rosalina, Y., Alnopri, A., & Prasetyo, P. (2012). Disain kemasan untuk meningkatkan nilai tambah madu bunga kopi sebagai produk unggulan daerah. *Jurnal Agroindustri*, 2(1), 8-13.
- Setiadi, N. (2005). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Subagyo, N. J. F., Handoko, Y. A., & Yulianingsih, W. (2021). Pengaruh jenis kemasan terhadap masa simpan bawang daun. *Jurnal Sains Dan Teknologi Pangan*, 6(3), 4001-4010.
- Wyrwa, J., & Barska, A. (2017). Packaging as a source of information about food products. *Procedia Engineering*, 182, 770-779.
- Yuliari, G., & Riyadi, B., (2015). Meningkatkan nilai tambah produk olahan ikan dengan strategi diversifikasi yang berbasis pasar global. Prosiding Seminar Nasional "Optimalisasi Peran Industri Kreatif dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN". Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus Semarang.