

PENERAPAN TEKNOLOGI UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PACKAGING (KEMASAN) SENGULUNG ANIS DI DESA SUKADAMAI RIAU

Batdal Niati¹, Nurhayati², Annajmi³, Destri Wahyuningsih⁴

^{1,2,3} Universitas Pasir Pengaraian

⁴STKIP Insan Madani Air Molek

email: batdal@gmail.com¹, nurhayati170312@gmail.com², annajminajmi86@gmail.com³, destri070@gmail.com⁴

Abstrak

Makanan ringan yang paling banyak digemari masyarakat adalah makanan ringan berbentuk kerupuk. Usaha sengulung Anis merupakan usaha kerupuk yang terbuat dari singkong. Usaha ini sudah berlangsung bertahun-tahun dengan cara produksi, pengemasan, dan pemasaran sederhana/tradisional. Pengemasan merupakan inti permasalahan usaha ini; kemasan belum baik; masih menggunakan plastik kresek yang membuat sengulung liat/ tidak renyah dan cepat masuk angin. Selain itu belum adanya label / merek produk. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Tim pengabdian melakukan penerapan teknologi pengemasan/ *packaging* pada usaha Sengulung Anis. Teknologi yang digunakan yaitu mesin perekat kemasan / *hand sealer*, mesin pencetak harga / *Labeler*, dan mesin pengering minyak / *Spinner*. Dengan adanya tranfer pengetahuan kepada mitra, hasil pelaksanaan pengabdian yaitu kemasan sengulung Anis lebih menarik, praktis, dan higienis dan juga memiliki label/ nama produk. Kemampuan mitra dalam menggunakan alat/teknologi *packaging*/kemasan meningkat/ lebih baik. Dengan adanya kemasan yang berkualitas penjualan produk meningkat, pemasaran produk semakin luas dan bervariasi. Produk sudah dijual dilapak jajanan 5000 dan di swalayan di Ujungbatu.

Kata kunci: Packaging (Kemasan); Sengulung; Teknologi

Abstract

The snacks that are most popular with the public are crackers in the form of crackers. Anis' sengulung business is a cracker business made from cassava. This business has been going on for years with simple/traditional methods of production, packaging and marketing. Packaging is the main problem of this business; packaging is not good; still using crackle plastic which makes the sengulung clay/not crunchy and catches a cold quickly. In addition, there is no product label/brand yet. To overcome these problems, the service team implemented packaging technology in Sengulung Anis' business. The technology used is a packaging adhesive machine / *hand sealer*, a price printer / *labeler*, and oil dryer / *spinner*. The result of the implementation of the service is that Anis' sengulung packaging is more attractive, practical, and hygienic and also has a product label/name. Partner's ability to use packaging/packaging tools/technology is increased/better. With the existence of quality packaging, product sales increase, product marketing is wider and more varied. Product are saled at stalls for snacks 5000 and also in supermarkets.

Keywords: Packaging; Sengulung; Technology

PENDAHULUAN

Packaging artinya pembungkus, penutup, pengemasan suatu barang or produk. Packaging kemasan berfungsi untuk melindungi barang atau produk agar tidak rusak serta mempermudah membawanya. Kemasan atau *packaging* merupakan penggabungan seni dan teknologi yang dibuat sebagai pelindung suatu produk ketika disimpan, dijual, maupun saat pengiriman (Mukhtar & Nurif, 2015) (Hendro et al., 2021). Selain itu, *packaging* merupakan bentuk usaha untuk mengumpulkan atau mengumpulkan sesuatu kedalam suatu wadah agar tidak rusak dan berantakan serta melindunginya dari gangguan cuaca. Packaging juga merupakan identitas sebuah produk (Reta et al., 2020).

Kemasan atau packaging merupakan suatu wadah sebagai tempat penyimpanan suatu produk supaya terlindungi secara aman, menarik, mempunyai daya tarik dari seorang yang akan membeli suatu produk tertentu. *Packaging*, selain sebagai wadah/tempat produk, juga merupakan alat pemikat bagi pembeli, menjadi media komunikasi antara penjual dengan calon pembeli atau sebagai media

antara produsen dan konsumen (Mukhtar & Nurif, 2015). Desain kemasan mencantumkan informasi-informasi yang dapat dilihat/ diketahui/ dibaca, agar calon pembeli memahami isi produk, kandungan produk serta merasa tidak asing dengan produk yang di kemas (Najib et al., 2022). Semakin lengkap informasi yang tercantum pada kemasan, maka akan semakin tinggi persepsi atau keyakinan dari calon pembeli terhadap produk yang di jual dan semakin tertarik untuk membelinya. Produk yang di bungkus secara menarik dan inovasi akan memiliki nilai tambah dari sebuah produk tersebut (Yuliani & Widyakanti, 2020). Artinya, tampilan kemasan suatu produk akan memberikan pengaruh yang positif dimata konsumen, hal ini disebabkan oleh citra produk itu sendiri. Melalui kemasan, konsumen mendapatkan pesan dari isi produk didalamnya, baik melalui tulisan informasi yang tertera dikemasan tersebut, maupun dari tampilan suatu kemasan sehingga konsumen dapat memutuskan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk (Apriyanti, 2018). Kemasan/ packaging yang bagus dan menarik akan mempengaruhi harga produk. Jika kemasan baik maka pembeli tidak akan keberatan membayar harga lebih/ tinggi.

Usaha makanan merupakan usaha yang paling banyak dilakoni masyarakat. Salah satu usaha makanan yang paling banyak digemari yaitu usaha makanan ringan berbentuk kerupuk (Sugiyanti, 2015). Usaha sengulung Anis merupakan usaha kerupuk yang terbuat dari singkong. Usaha ini sudah berlangsung bertahun-tahun dengan cara produksi sederhana, pemasaran tradisional, dan kemasan yang belum baik. Peningkatan jumlah produksi dan peningkatan kualitas kemasan dengan menggunakan teknologi tepat guna serta optimalisasi pemasaran merupakan solusi untuk usaha ini.

Permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Sengulung Anis yaitu: kemasan belum baik; masih menggunakan plastik kresek yang membuat sengulung liat/ tidak renyah/ cepat masuk angin. Alat yang digunakan untuk perbaikan kemasan belum ada. Selain itu permasalahan lainnya yaitu belum ada label / merek produk. Padahal, jika kemasan semakin bagus dan ada merek produk, maka produk akan semakin banyak terjual, konsumen dan pelanggan juga mudah untuk memesan produk.

Kemasan/ packaging merupakan inti dari produk sengulung Anis. Maka, untuk peningkatan kualitas kemasan yang baik dan menarik diperlukan teknologi tepat guna (TTG). Dengan penerapan teknologi pada pengemasan, selain akan meningkatkan harga jual produk, juga akan memperluas segmentasi pasar atau wilayah pemasaran (Putri et al., 2019). Tim pengabdian menerapkan teknologi packaging untuk membantu mitra dalam peningkatan kualitas kemasan produknya. Target luaran penerapan TTG yaitu Kemasan berkualitas, menarik, praktis, dan higienis, menghasilkan label/ nama produk, menggunakan kemasan kedap udara dan tahan lama, kemampuan mitra dalam menggunakan alat - alat pendukung kemasan meningkat/ lebih baik.

METODE

Untuk peningkatan kualitas kemasan sengulung, metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dalam tiga tahap yaitu tahap perencanaan dan persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Tahapan kegiatan dimulai dari awal sampai hasil pelaksanaan pengabdian, yaitu;

1. Tahap Perencanaan dan Persiapan
 - a. Tim PKMS dan mitra Melakukan Diskusi bersama tentang kegiatan pengabdian
 - b. Perencanaan dan Persiapan alat dan bahan terdiri dari; Hand Sealer, Labeler, Plastik, Stiker Merek
2. Tahap pelaksanaan
 - a. Simulasi tentang penggunaan hand Sealer and labeler
 - b. Melakukan pengemasan/ Packaging
 - c. Melaksanakan Pemasaran produk
3. Tahap monitoring dan evaluasi yaitu pengawasan terhadap pengemasan produk dan pemasaran produk baik online maupun offline.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengadaan alat

Agar segulung tahan lama, pengemasannya perlu peningkatan. Untuk itu, akan digunakan plastic makanan yang tahan lama dan higienis yaitu plastik PP tebal 10mm. plastic ini jenis premium, tebal, dan transparan. Selain itu, alat yang diperlukan dalam peningkatan kualitas kemasan yaitu mesin hand Sealer, Labeler, Mesin Spinner, dan Stiker Merek Produk.



Gambar 1. Penyerahan alat *Hand Sealer* untuk perekat, dan *Labeler* pelabelan pada Kemasan



Gambar 2 Penyerahan alat *Spinner* untuk pengering minyak sengulung sebelum dikemas

Hand sealer berfungsi untuk merekat plastik kemasan sedangkan labeler digunakan untuk memberi harga produk. Kedua alat sudah diberikan kepada mitra.

Cara menggunakan mesin Hand Sealer yaitu dengan tangan. Mesin ini memiliki sumber panasnya dari listrik. Lampu indikator mesin akan menyala jika plastik dijepitkan dan lampu akan padam secara otomatis apabila proses perekatan telah selesai. Cara menggunakan alat labeler yaitu hanya dengan menekan tuas pada mesin, maka label harga akan langsung tercetak. Angka-angka pada mesin sudah diatur secara otomatis agar mitra mudah menggunakannya untuk memberi label sengulung.

Cara menggunakan mesin spinner yaitu menyambungkan mesin dengan Listrik, memasukkan sengulung kedalam mesin, kemudian menyalakan mesin dan menekan tombol memilih waktu untuk pengeringan minyak sengulung, misalnya 5 menit, 10 menit, atau 20 menit.

Mitra sudah mencoba menggunakan ketiga alat tersebut dalam pengemasan produk. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara terhadap penggunaan alat, mitra sudah mahir menggunakan kedua alat tersebut. Selain itu, mitra menjelaskan tidak memiliki kendala apapun dalam menggunakannya.

Pengemasan Produk

Sengulung yang telah di goreng, selanjutnya dimasukkan kedalam mesin spinner untuk ditiriskan minyaknya. Selanjutnya menunggu sengulug dingin sebelum dikemas. Setelah minyak sengulung benar-benar kering dan dingin, sengulung dimasukkan kedalam plastik kemasan. Kemasan yang disiapkan yaitu kemasan besar dan kecil. Kemasan besar untuk pemasaran sengulung di swalayan dan kemasan kecil untuk dipasarkan pada lapak jajanan lima ribu..



Gambar 3 Pengemasan sebelum dan Sesudah Peningkatan pengemasan

Setelah sengulung dimasukkan kedalam plastik, kemasan direkat menggunakan hand sealer. Kemudian, mencantumkan merek, harga jual, dan label kadaluarsa sengulung. Produk yang sudah dikemas dengan baik siap dipasarkan secara daring dan juga secara luring. Seluruh rangkaian pengemasan produk dibantu oleh tim dosen dan 2 orang mahasiswa yang mengambil program MBKM: kegiatan wirausaha.

Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan penting yang memungkinkan individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan (Widiati, 2020). Optimalisasi Pemasaran yaitu mengusahakan peningkatan perluasan pemasaran. Optimalisasi pemasaran dapat juga diartikan sebagai perubahan/penambahan strategi pemasaran dari tradisional menjadi digital (Mastuti, 2020). Pemasaran produk dilakukan dengan berbagai strategi. Strategi yang sudah dilakukan yaitu dengan melakukan kerjasama konjungsi dengan swalayan dan lapak jajanan lima ribu, promosi dan pemasaran melalui sosial media.



Gambar 4 Pemasaran/Penjualan Melalui Media Sosial dan swalayan



Gambar 5 Pemasaran Sengulung di Lapak jajanan Lima Ribu dan Koperasi



Gambar 6 Bukti Permintaan Re-stock Produk

SIMPULAN

Hasil dari pelaksanaan pengabdian ini yaitu Peningkatan Kualitas Kemasan / packaging. Dengan menggunakan mesin hand sealer untuk merekat plastikm adanya label harga, dan merek produk

menjadikan produk lebih berkualitas, menarik, dan higienis. Selain itu, jumlah hasil pemasaran/penjualan meningkat. Hal ini disebabkan produk sudah dijual di swalayan, lapak jajanan 5000, dan koperasi. Selain itu pemasaran juga dilakukan melalui pemasaran online di social media dan perluasan pemasaran di pasar-pasar sekitar Kecamatan Ujungbatu. Mitra saat ini, sudah mahir dalam menggunakan alat-alat yang diperlukan seperti hand sealer, labeler, dan mesin spinner untuk pengemasan. Hal ini berarti mitra sudah memiliki keterampilan dan pengetahuan yang sudah sangat bagus terhadap alat yang diberikan, dan sangat bermanfaat bagi mitra. Selain itu, saat ini mitra sudah memiliki Merek dagang yaitu “Sengulung Cik Anis”.

SARAN

Saran-saran berikut disajikan setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian;

1. Tim Pengabdian dan mitra tetap saling berkoordinasi, saling berkomunikasi, dan berdiskusi terkait hal pengemasan atau packaging sengulung. Hal ini bertujuan untuk menjaga kualitas kemasan sengulung
2. Mitra dapat diajak bekerjasama menjadi tempat untuk pelaksanaan kegiatan MBKM mahasiswa pada program kegiatan wirausaha

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada DRPM Kemdikbudristek yang sudah mendukung pelaksanaan Pengabdian Masyarakat Stimulus (PKMS).

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio E-Kons*, 10(1), 20. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>
- Hendro, O., Fitriah, W., & Kosim, B. (2021). Penerapan Kualitas dan Kemasan Pada Usaha Kerupuk di Desa Lumpatan Sekayu. *Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 150–164. <https://doi.org/10.47747/pengabdiankepadamasyarakat.v1i1.146>
- Mastuti, D. N. (2020). *Strategi Pemasaran Dengan Optimalisasi Promosi, Kelas Sosial Dan Citra Merek Untuk Pengambilan Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online*. 7(1), 105–114.
- Mukhtar, S., & Nurif, M. (2015). Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora*, 8(2), 181. <https://doi.org/10.12962/j24433527.v8i2.1251>
- Najib, M. F., Februadi, A., Djatnika, T., Rafdinal, W., & Magdalena, C. (2022). Inovasi Desain Kemasan (Packaging) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 56–64.
- Putri, S. H., Ardiansah, I., & Rahmah, D. M. (2019). Penerapan Teknologi Pengemasan Dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Mutu Produk Pada Industri Kecil Menengah Berbasis Olahan Pangan Di Desa Cikuda Kecamatan Jatinangor Kabupaten Sumedang. *Agricore: Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 2(2), 291–294. <https://doi.org/10.24198/agricore.v2i2.15874>
- Reta, ., Nurmiah, S., & Zaimar, . (2020). Penerapan Teknologi Pengemasan Pada Pengolahan Tepung Sagu Kering Di Ukm “Engka Sagu Al-Furqan” Makassar Sulawesi Selatan. *Jurnal Dinamika Pengabdian (JDP)*, 6(1), 133–140. <https://doi.org/10.20956/jdp.v6i1.11518>
- Sugiyanti, D. (2015). Pemanfaatan Teknologi Kemas Map (Modified Atmosphere Packaging) Untuk Peningkatan Ekonomi Produktif Masyarakat Penghasil Tepung Mocaf (Modified Cassava Flour) Di Desa Meteseh Kec. Boja Kab. Kendal. *Dimas*, 15
- Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2), 67–76. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>
- Yuliani, R., & Widyakanti, W. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan dan Label Pada UMKM. *Jurnal Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 2(2), 71–76. <http://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/KUAT/article/view/990>