

PENTINGNYA PEMBUATAN KEMASAN SERTA LABELING HOME INDUSTRI KUE BASAH DAN KUE KERING KECAMATAN MEDAN SELAYANG

Fauziah Nur Hutaaruk¹, Komala Dewi², Achmad Zulfikar Siregar³

^{1,2,3}Dosen Prodi Ekonomi Syariah, Universitas Imelda Medan, Indonesia

Info Artikel

Riwayat Artikel:

Diterima, 18 Mei 2024

Direvisi, 27 Mei 2024

Diterima, 28 Mei 2024

Kata Kunci:

Kemasan Produk

Labeling

Home Industri

ABSTRAK

Pembuatan kemasan mempunyai pengaruh yang besar terhadap minat konsumen, karena produk tersebut akan terlihat menarik secara visual dan higienis. Para wirausaha juga perlu mengemas dengan bijak sekaligus memberi label pada produknya agar masyarakat mengetahui produk apa yang dijualnya. Pembuatan kemasan dan label yang menarik akan membuat produk yang dijual dapat bersaing dan laku di pasaran. Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan memberikan penyuluhan secara langsung, demonstrasi dan pendampingan dalam pelaksanaan dengan memberikan pengetahuan dan wawasan kepada mitra mengenai pengelolaan usaha serta pentingnya pengemasan dan pelabelan kue untuk menciptakan kue basah dan kering yang higienis. Kegiatan dilaksanakan pada hari Selasa, tanggal 30 April di salah satu rumah warga di Kelurahan Asam Kumbang di Kecamatan Medan selayang. Hasil dari kegiatan ini adalah peningkatan pemahaman ibu-ibu pemilik industri kue basah dan kue kering tentang pentingnya manajemen wirausaha yang baik untuk bersaing di pasaran, peningkatan pemahaman dalam pembuatan kemasan produk yang unik dan peningkatan pemahaman dalam pembuatan labelling produk. Capaian keseluruhan adalah ibu-ibu yang berwirausaha menguasai ilmu pengetahuan tentang pengelolaan proses produksi dalam menghasilkan lebih banyak produk/barang.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Fauziah Nur Hutaaruk,

Prodi Ekonomi Syariah,

Universitas Imelda Medan,

Jl. Bilal No. 52 Kelurahan Pulo Brayan Darat I Kecamatan Medan Timur, Medan - Sumatera Utara.

Email: fauziahnur336@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Dalam dunia usaha, keberhasilan dan kegagalan adalah dua hal yang berbeda. Secara sederhana, cara untuk mengetahui seberapa berhasil suatu usaha dari sudut pandang ekonomi adalah dengan melihat bagaimana keadaan finansial bisnis tersebut. Jika bisnis dapat memberi lebih banyak masukan daripada pengeluaran yang dilakukan, maka bisnis tersebut dapat diteruskan. Sebaliknya, jika bisnis tersebut menghasilkan lebih banyak pengeluaran daripada masukan, maka bisnis tersebut tidak layak untuk diteruskan. Usaha yang gigih selalu membawa keberhasilan dan kesuksesan (Mashuri et al., 2019).

Faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil ditandai oleh beberapa hal, salah satunya yaitu pengemasan dan label produk. Kualitas keseluruhan produk dan umur simpannya sangat dipengaruhi oleh pilihan pengemasan yang dipilih. Kualitas produk, keamanan, dan umur simpan produk ditingkatkan dengan kemasan yang tepat (Meliza, 2022). Selain itu, label yang informatif dan desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya tarik produk dan meningkatkan jangkauan pasar (Permatasari et al., 2023). Program pelatihan teknik pengemasan telah menunjukkan hasil positif dalam meningkatkan kualitas dan umur panjang produk seperti kue kering dan kue basah. Sehingga pemilik usaha mikro telah memperoleh lebih banyak pengetahuan dan keterampilan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kualitas produk dan memperpanjang umur simpan, investasi dalam teknik pengemasan yang tepat melalui pelatihan dan inovasi sangatlah penting.

Hasil pengamatan yang dilakukan pemilik industri bahwa pembuatan aneka jenis kue yang dilakukan pemilik industri kue basah dan kue kering ini masih dilakukan dengan menggunakan cara lama yaitu menggunakan staples sehingga masa simpan produk kue tersebut tidak tahan lama. Selain itu, packaging yang digunakan oleh mitra masih sederhana yaitu menggunakan plastik dan tidak memiliki label sendiri sehingga tidak memberikan nilai tambah pada produk yang dijual.

Solusi yang ditawarkan kepada mitra untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi adalah dengan melakukan pelatihan pengemasan produk dan desain label serta melakukan pengadaan alat dengan menggunakan Impulse Sealer dan menyediakan kreasi label-label baru yang menarik untuk ditempelkan pada kemasan yang akan dibawa ke pasar dan dipasang banner kecil di depan rumah mitra sebagai alat periklanan. Pelatihan pengemasan dan desain label dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk kue basah dan kering yang dihasilkan. Sedangkan pengadaan alat dimaksudkan agar efektifitas kerja yang diproduksi menjaga kemasan tetap bersih dan higienis sehingga menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman ibu-ibu pemilik industri kue basah maupun kering tentang pentingnya manajemen wirausaha yang baik untuk bersaing di pasaran agar mampu meningkatkan pengembangan usaha.

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan ini menjelaskan tahapan demi tahapan dalam melaksanakan kegiatan untuk memberikan solusi yang ditawarkan dalam mengatasi permasalahan. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah dengan metode penjelasan dari teori mengenai materi selanjutnya dilakukan praktik langsung terhadap ibu-ibu rumah tangga dan yang memiliki home industri kue basah dan kue kering.

Pada tahap pelaksanaan dilakukan penyuluhan kepada ibu-ibu rumah tangga dan yang memiliki home industri kue basah dan kue kering. Secara intensif kegiatan dilaksanakan pada hari Selasa dan tanggal 30 April di salah satu rumah warga di Kelurahan Asam Kumbang di Kecamatan Medan selayang. Adapun penyuluhan yang diberikan memberikan penyuluhan berupa pembinaan pengetahuan manfaat manajemen wirausaha yang baik.

Tahapan Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat di sajikan seperti gambar berikut ini.



Gambar 1. Tahapan PKM

Dalam kegiatan Pengabdian yang dilakukan ada beberapa tahap antara lain:

Langkah 1, Perencanaan

Pada tahap ini solusi yang diusulkan adalah memberikan pengetahuan untuk membuka wawasan manajemen usaha, pentingnya pengemasan dan pelabelan produk kue basah dan kue kering.

Langkah 2, Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan ini akan dilakukan pelatihan, diskusi dan dukungan manajemen usaha, diskusi dukungan pengemasan dan pelabelan, serta pembuatan kemasan dan label.

Langkah 3, evaluasi.

Pada tahap ini, evaluasi hasil mendukung manajemen bisnis, pembuatan kemasan dan pelabelan.

Metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode partisipasi, dimana masyarakat ikut serta dalam pengambilan keputusan mengenai perencanaan dan pelaksanaan program serta mampu berbagi manfaat dan mengevaluasi program (Sudiatmika et al., 2020).

3. HASIL DAN ANALISIS

3.1 Hasil

Kegiatan pelatihan diawali dengan memberikan materi terkait produksi yang siap dipasarkan. Kegiatan materi di bahas adalah sebagai berikut :

1. Kualitas produk, yaitu memberikan materi terkait bagaimana menghasilkan produk yang baik melalui kemasan yang unik, sehingga dapat menarik perhatian masyarakat.
2. Marketing, yaitu membantu mitra kami memasarkan/mempromosikan produknya ke masyarakat luas menggunakan saluran standar (WhatsApp, Line, BB, Facebook). Pengembangannya sangat sederhana dan dapat dikelola oleh mitra kami kapan saja. Kami juga membuat spanduk kecil untuk digantung di depan rumah mitra (toko Kue) dan stempel serta kuitansi pembelian operasional usaha. Spanduk ini dirancang untuk membantu pelanggan dengan mudah menemukan tempat untuk membeli produk yang diinginkannya.

3. Design yaitu membuat kemasan yang menarik dan membantu membuat template label pada kemasan roti yang lembab. Kami menawarkan dukungan peralatan berupa dua set mesin pengeleman manual/impuls yang besar dan kecil untuk membantu mitra kami dalam membuat kemasan yang menarik. Mesin ini memungkinkan penutup kemasan dipasang pada samping. Kami berharap perangkat ini akan membantu Anda menghemat waktu dan berkemas dengan lebih baik. Sebelum ini, industri kue basah dan kue kering bekerja sama dengan mitra dan hanya menggunakan bahan pokok biasa untuk mengubah kemasannya.

Selain itu, kami membantu membuat template labelan untuk produk yang dipasarkan oleh salah satu mitra eksklusif dalam industri kue. Mitra kami sebenarnya membuat dan memberi label pada setiap produk yang dijual, tetapi masih sederhana. Oleh karena itu kami menawarkan untuk tampil dan membuat desain-desain terbaru untuk membuat kemasan produk yang dijual lebih menarik dan cantik. Kegiatan dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 2. Kegiatan Pemberian Materi

3.2 Analisis

Capaian hasil dengan mendukung pengelolaan usaha, pembuatan kemasan dan label selama kegiatan berlangsung adalah :

- a. Kemasannya jauh lebih rapi dan cantik dari sebelumnya.
Rumah Industri Kue Basah Kelurahan Asam Kumbang sebelumnya menggunakan kemasannya dengan stapler biasa, tetapi sekarang dengan alat perekat khusus mesin stamping, kemasan terlihat lebih rapi. Dengan label baru yang menggantikan label lama, kemasan menjadi lebih menarik. Label baru ini menampilkan berbagai jenis kue dan makanan ringan serta nomor telepon pemilik industri kue yang dapat dihubungi melalui WhatsApp.
- b. Jangkauan Pemasaran lebih luas
Dengan menambahkan sarana periklanan seperti spanduk yang dipasang di depan rumah pemilik sarana produksi kue di kelurahan Asam Kumbang, kami berharap dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan memudahkan pelanggan mencari lokasi.

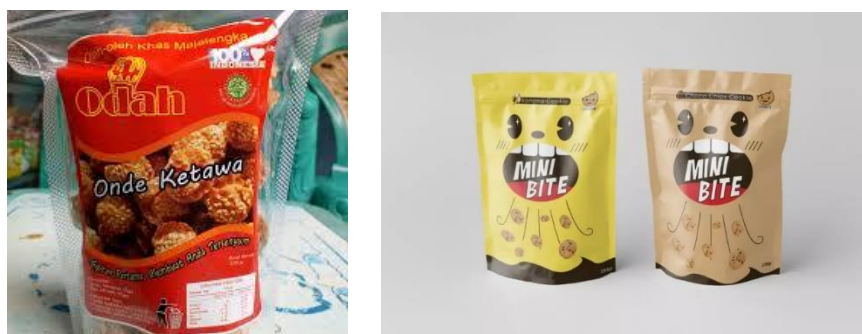
Tahapan hasil pelatihan dan praktikum langsung selama kegiatan berlangsung, maka hasilnya antara lain:

a. Produksi Pengemasan

Pengemasan produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi volume penjualan atau minat pelanggan terhadap produk tersebut (Hakim et al., 2023). Kemasan produk perusahaan bertujuan untuk membuat produknya tertarik dan dibeli oleh pelanggan. Perusahaan atau industri rumahan yang bergerak dalam bisnis aneka kue membutuhkan kemasan yang tidak hanya mampu melindungi produk dan bertahan lama, tetapi juga

memiliki daya tarik yang tinggi. Kemasan juga harus lebih praktis, hemat biaya, dan berkualitas tinggi. Kemasan harus memadukan bahan, daya tarik, dan estetika (Purnaningrum et al., 2018).

Langkah awal yang dilakukan oleh kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah memberikan dukungan berupa alat untuk memastikan pengemasan produk yang rapi dan siap dipasarkan. Sebelum pelatihan, pemilik industri kue basah sebagai mitra dan produsen kue basah, industri ini masih menggunakan cara lama yaitu menggunakan staples, kini menggunakan Impulse Sealer untuk menjaga kemasan tetap bersih dan higienis sehingga menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan. Berikut gambar produk setelah dilakukan pengemasan dibawah ini :



Gambar 3. Kegiatan Pengemasan Produk

b. Pembuatan Label

Pelabelan produk melakukan banyak hal, seperti menjadi tanda pengenal dan membedakannya dari produk lain. Selain itu, pelabelan produk sangat penting karena memberi konsumen informasi dari produsen tentang jenis produk dan bahan-bahan yang digunakan, sehingga konsumen merasa jelas (Herudiansyah et al., 2019). Label juga berfungsi sebagai alat promosi karena berisi informasi atau nomor telepon produsen sehingga pelanggan dapat menghubungi produsen dalam membeli barang (Herudiansyah et al., 2019).

Sebelum pelatihan, pemilik industri kue basah sebagai mitra dan produsen kue basah, industri ini belum menggunakan label, kami melakukan edukasi pembuatan label baru yang digunakan untuk mengganti label lama yang tidak menarik dan polos.

Label baru ini memiliki desain yang menarik dan nyaman. informasi yang jelas tentang jenis produk, produsen, dan bahan yang digunakan, membuat tampilan produk sangat menarik, meningkatkan penjualan, dan membuat produk menjadi lebih dipercaya (Prayusi & Andriani, 2023). Untuk lebih mengatur penjualan berdasarkan jumlah penjualan, kegiatan pengabdian ini juga memberikan stempel dan kuitansi serta labelnya juga unik dan menarik. Berikut gambar produk setelah diberikan label dibawah ini :



Gambar 4 : Kegiatan Pembuatan Label Produk

c. Periklanan

Periklanan membutuhkan efektifitas promosi melalui responsifitas tinggi tentang bagaimana iklan terbaru dapat diterima dan memperoleh pangsa pasar yang telah direncanakan melalui matangnya perencanaan bisnis dan strategi pemasaran (Tasruddin, 2015). Periklanan juga dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan spanduk atau banner, yang bertujuan untuk memperkenalkan pelanggan ke produk yang kita buat. Selain itu, spanduk juga dapat digunakan sebagai promosi dan meningkatkan penjualan (Lowe, 2016).

Sebelum kegiatan pengabdian masyarakat ini mitra belum melakukan pemasangan iklan banner, mereka hanya berbicara dari mulut ke mulut. Setelah kegiatan pengabdian masyarakat ini, kami membantu mitra melakukan kegiatan promosi dengan menggantung spanduk kecil di depan pintu rumah mitra, yang juga dikenal sebagai rumah kue basah. Sejalan dengan tujuan promosi melalui merek ini, produk mitra, terutama dalam industri dalam negeri dan kuliner, akan dapat dikenalkan lebih luas kepada pelanggan. Sama seperti label di atas, banner juga dirancang khusus untuk menampilkan informasi tentang penjualan kue basah, seperti lempur, risoles, martabak mini, dan lumpia.



Gambar 5 : Kegiatan Pengemasan Produk

4. KESIMPULAN

Pengabdian kami mencakup pengelolaan usaha, periklanan, dan pelabelan, serta pentingnya pengemasan dan pelabelan produk kue basah dan kue kering. Dalam layanan ini, kami membantu mitra kami, pemilik industri kue basah dalam negeri, dengan masalah pengemasan dengan menyediakan alat pengemasan, terutama dua set mesin overlocking ukuran besar dan kecil, serta membuat label baru yang menarik untuk ditempelkan pada kemasan yang akan dibawa ke pasar dan dipasang banner kecil di depan rumah mitra (rumah industri) sebagai alat periklanan. Kegiatan pelayanan ini, kami berharap dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan konsumen mitra kami.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Ibu-Ibu atau mitra home industri kue basah dan kue kering Kelurahan Asam Kumbang di kecamatan medan selayang yang telah mendukung dan memberikan bantuan sehingga pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2024 ini terlaksana dengan baik. Kami ucapkan juga terima kasih kepada Bapak Camat Medan Selayang yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melaksanakan PKM yang berjalan sesuai dengan perencanaan yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hakim, L., Fitri, M. A., & Yafi, M. (2023). Optimalisasi Potensi UMKM Dompot Kulit melalui Pelatihan Pengemasan Produk, Desain Label dan Bantuan Alat Produksi. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(4), 1670–1676. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i4.3336>
- Herudiansyah, G., Candra, M., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Dan Pajak Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm) Desa Tebedak Ii Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Suluh Abdi*, 1(2), 84–89. <https://doi.org/10.32502/sa.v1i2.2296>
- Lowe, G. F. (2016). Managing Media Firms and Industries. In *Managing Media Firms and Industries*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-08515-9>
- Mashuri, M., Eryana, E., & Ezril, E. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pedagang Pasar Sukaramai Di Kecamatan Bengkalis. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(1), 138–154. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i1.158>
- Meliza, M. (2022). Pelatihan Pengemasan Produk Sebagai Strategi Pemasaran Ikan Nila Desa Degayu Pekalongan Utara. *Jurnal Abdi Panca Marga*, 3(2), 51–54. <https://doi.org/10.51747/abdipancamarga.v3i2.981>
- Permatasari, I., Sartika, D., Saluza, I., & Roswaty, R. (2023). Strategi Produk Dengan Pelatihan Pengemasan Produk Pada Kelompok Usaha Keripik Singkong Rk. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 7(1), 1–6. <https://doi.org/10.36982/jam.v7i1.2914>
- Prayusi, N. D., & Andriani, E. (2023). The Role of Food Product Packaging Labels on Product Purchase Interest. *Bulletin of Culinary Art and Hospitality*, 2(2), 57–60. <https://doi.org/10.17977/um069v2i22022p57-60>
- Purnaningrum, E., Masnuah, M., & Hanifah, H. Z. (2018). Pengembangan Pemasaran Oline dan Pengemasan Produk Berperan Terhadap Hasil Daya Jual. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 2(1), 29–34.
- Sudiatmika, I. B. K., Fredlina, K. Q., & Astawa, N. L. P. N. S. P. (2020). Pelatihan Keterampilan Dasar Komputer dan Teknologi Informasi Di Sekolah Dasar Negeri 3 Munduk. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(2), 270–275. <https://doi.org/10.22437/jkam.v4i2.10535>
- Tasruddin, R. (2015). Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif. *Jurnal Al-Khitabah*, 2(1), 107–116.