

Packaging & Labelling Produk UKM Dapur J24 Desa Mangunjaya, Bekasi**Anita Suri¹, Yusuf Irfan², Dhonny Suwazan³, Tantry Febrinasari⁴**^{1,2,4}Prodi Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Teknik, Universitas Pelita Bangsa³Prodi Teknik Lingkungan, Fakultas Teknik, Universitas Pelita Bangsaanitasuri@pelitabangsa.ac.id

*Diterima: 14-07-2023**Direvisi: 16-07-2023**Dipublikasikan: 18-07-2023*

Abstrak

Pemberdayaan UMKM adalah salah satu upaya strategis dalam mengantisipasi perekonomian masa depan. Sebagian besar UKM adalah terdiri dari industri olahan makanan. Salah satu UKM yang mengolah produk pangan adalah UKM Dapur J24 yang dipimpin oleh ibu Dian Fitriani. Produk kering tempe dan kentang mustofa. Namun UKM Dapur J24 masih memiliki kendala dalam bidang pemasaran produk kentang dan kering tempe hal ini disebabkan kemasan yang kurang menarik, label yang tidak lengkap oleh karena itu perlu adanya pendampingan terkait pemilihan jenis kemasan dan pembuatan label kemasan yang tepat agar produk kering tempe bisa menjangkau pasar lebih luas. Kegiatan pengabdian akan berlangsung selama 3 bulan, berlokasi di Desa Mangunjaya, Tambun, Bekasi metode diskusi secara langsung dengan owner UKM Dapur J24. Langkah-langkah penelitian antara lain: 1) Analisa produk, 2) dimensi kemasan dan material, 3) visualisasi kemasan. Kemasan yang digunakan adalah jenis ziplock, berat produk 250 gram, dengan keseluruhan dilingkupi oleh label kemasan dengan perpaduan warna orange dan merah sebagai daya tarik bagi konsumen. Keseluruhan isi label kemasan telah memenuhi Peraturan Pemerintah (PP) No. 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan.

Kata Kunci: UKM, Dapur J24, Label, Kemasan, Produk

Abstract

MSME empowerment is one of the strategic efforts in anticipating the future economy. Most SMEs are made up of processed food industries. One of the SMEs that processes food products is Dapur J24 UKM led by Mrs. Dian Fitriani. Dried products of tempeh and potato mustofa. However, Dapur J24 SMEs still have obstacles in the field of marketing potato and dried tempeh products, this is due to unattractive packaging, incomplete labels therefore need assistance related to choosing the type of packaging and making the right packaging label so that tempeh dry products can reach a wider market. The service activity will last for 3 months, located in Mangunjaya Village, Tambun, Bekasi by discussing directly with the owner of Dapur J24 UKM. The research steps include: 1) Product analysis, 2) packaging and material dimensions, 3) packaging visualization. The packaging used is a ziplock type, the product weighs 250 grams, with the whole covered by a packaging label with a combination of orange and red colors as an attraction for consument. The entire contents of the packaging label have complied with Government Regulation Law (PP) No. 69 of 1999 concerning Food Labels and Advertisements

Keywords: SMEs, Dapur J24, Label, Packaging, Product

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah salah satu jenis usaha kecil yang sangat berperan dalam peningkatan dan pertumbuhan perekonomian masyarakat. Secara umum, UMKM dalam perekonomian memiliki peran sebagai: (1) pemeran utama dalam kegiatan perekonomian, (2) penyedia lapangan kerja, (3) pemain penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, (4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi, (5) kontribusinya terhadap neraca pembayaran. [1].

Produk UKM sangatlah beragam mulai dari fashion hingga olahan makanan. Tempe adalah salah satu bahan yang banyak digunakan oleh UKM makanan sebagai bahan baku olahan makanan

atau *snack*. Tempe merupakan makanan dengan bahan baku utama kacang kedelai [2]. Tempe dihasilkan dari fermentasi dengan jamur *Rhizopus oligosporus* [3]. Kandungan Gizi pada tempe seperti karbohidrat, vitamin, serat, lemak, dan mineral. Tempe kering merupakan salah satu olahan produk tempe yang banyak disukai oleh masyarakat karena rasanya yang khas yaitu pedas, manis serta dapat dijadikan sebagai lauk peneman makan nasi.

UKM Dapur J24 yang terletak di Desa Mangunjaya, Kecamatan Tambun, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat, saat ini menjadi produsen kering tempe dengan total produksi 10 kg per bulan. Strategi pemasaran melalui media online dan secara langsung. Tenaga kerja yang ada di UKM ini berjumlah 3 orang yang dipimpin oleh ibu Dian Fitriani. Harga kering tempe yaitu Rp 11.000,00 per kemasan. UKM Dapur J24 telah menyetujui untuk menjadi mitra dalam pelaksanaan PKM.

Pengemasan (*packaging*) secara sederhana dapat juga diartikan sebagai suatu cara untuk menyampaikan barang kepada konsumen dalam keadaan terbaik dan menguntungkan. Dalam era globalisasi saat ini, kemasan mempunyai peran yang sangat penting karena akan selalu terkait dengan komoditi yang dikemas dan sekaligus merupakan nilai jual dan citra produk. *Packaging is a silent salesman*. Produk merupakan gabungan antara isi dan kemasan. Selain kemasan, label merupakan salah satu hal penting dalam produk pangan yang perlu diperhatikan terkait dengan informasi produk yang diperlukan konsumen bahkan pemilihan warna yang berpengaruh terhadap daya beli konsumen.

Kering tempe di UKM Dapur J24 selama ini dikemas dengan menggunakan kemasan plastik sederhana dengan informasi label kemasan yang masih sangat minim dan kurang menarik. Oleh karena itu diperlukan inovasi *packaging* dan *labelling* pada produk kering tempe Dapur J24 sehingga bisa meningkatkan pasar produk dan jangkauan produk yang luas.

METODE

Kegiatan penelitian akan berlangsung selama 3 bulan. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan dengan berdiskusi langsung dengan owner Dapur J24.

Proses desain dimulai dari menganalisa karakter produk yang akan dikemas yaitu kering tempe dan kentang mustofa. Analisa mencakup karakter produk, bobot, cara penyimpanan, dan metode pengolahan produk hingga dapat dinikmati oleh konsumen. Setelah proses analisa dilakukan, langkah selanjutnya adalah menentukan dimensi kemasan dan material yang digunakan.

Dimensi kemasan disesuaikan dengan volume produk per sajian. Pemilihan material didasarkan pada karakter produk, ketahanan material, dan efektifitas produksi. Visualisasi kemasan kemudian didukung dengan perancangan elemen estetik kemasan yang mendukung identitas merek dan karakter produk. Visualisasi ini dirancang berdasarkan identitas merek Dapur J24, jenis produk, dan selera target konsumen. Hasil label perancangan kemudian diproduksi dan langsung digunakan oleh Dapur J24 untuk mengemas produk olahan pangan yang akan dipasarkan. Tahapan dan langkah penelitian dilakukan sebagai berikut:



HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Produk

Produk olahan pangan Dapur J24 (*ready to eat*) antara lain adalah kentang mustofa dan kering tempe. Kedua produk tersebut merupakan pendamping nasi atau lauk pauk. Tempe merupakan makanan dengan bahan baku utama kacang kedelai. Tempe kering merupakan salah satu olahan produk tempe yang banyak disukai oleh masyarakat karena rasanya yang khas yaitu pedas, manis serta dapat dijadikan sebagai lauk peneman makan nasi [4]. Tidak berbeda dengan kering tempe, kentang mustofa juga kini sedang menjadi primadona dikalangan masyarakat Indonesia sebagai cemilan yang gurih, dan memiliki umur simpan yang panjang. Kering tempe dan kentang mustofa merupakan produk semi basah sehingga memerlukan perhatian khusus dalam pemilihan kemasan produk. Kering tempe dan kentang mustofa Dapur J24 dikombinasikan dengan kacang tanah, sehingga dapat melengkapi rasa gurih dari kedua produk. Produk kering tempe dan kentang mustofa Dapur J24 berbeda dengan produk dipasaran, yang membedakannya adalah bahan baku yang digunakan dengan menggunakan bumbu khas Dapur J24 sehingga menghasilkan produk dengan citarasa yang khas sebagai daya jual dari produk Dapur J24.

Tidak berbeda dengan proses pembuatan kering tempe dan kentang mustofa pada umumnya, pembuatan tempe kering dimulai dengan proses sortasi, pemotongan tempe menjadi ukuran lebih kecil, kemudian tempe dan kacang tanah digoreng hingga kering selanjutnya ditambahkan bumbu yang telah disiapkan sebelumnya, tempe, kacang dan bumbu diaduk dengan rata sehingga dihasilkan kering tempe Dapur J24. Tahapan pembuatan kentang mustofa Dapur J24 antara lain: pembersihan kentang, pengecilan ukuran, penggorengan kentang hingga kering, pengadukan dengan kacang tanah serta bumbu kentang mustofa. Gambaran produk kering tempe dan kentang mustofa Dapur J24 dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Produk kentang mustofa Dapur J24 (kiri); kering tempe (kanan)

Dimensi Kemasan dan Material



Gambar 2. Kemasan Produk Dapur J24 sebelum diubah

Dimensi kemasan menyesuaikan volume produk per porsi, baik produk kering tempe dan kentang mustofa memiliki berat produk 250 gram per satu kemasan. Umumnya kemasan produk

kering mustofa adalah wadah plastik dan polos, namun kemasan ini dinilai kurang tepat karena ketidakfleksibelitas dari produk makanan, karena produk kentang mustofa dan tempe kering biasanya dikonsumsi dalam jangka waktu panjang, dapat mudah disimpan dan dikonsumsi berulang kali. Salah satu kemasan yang disarankan adalah kemasan ziplock. Kemasan ziplock atau plastik klip adalah suatu wadah berbahan LDPE. Plastik ini dapat digunakan sebagai pembungkus dan mempunyai rel atau “klip” di atasnya yang bisa dibuka atau ditutup kembali. Daya tarik praktis dari kemasan, antara lain: kemasan menjamin dapat melindungi produk, kemasan mudah dibuka atau ditutup untuk disimpan, kemasan dengan porsi yang sesuai, kemasan yang dapat digunakan kembali, kemasan yang mudah dibawa, dipegang dan dijinjing, kemasan yang memudahkan pemakai dalam menghabiskan dan mengisinya kembali.

Selain jenis kemasan, yang perlu diperhatikan dalam suatu produk adalah label kemasan. Daya tarik visual mengacu pada penampilan kemasan atau label suatu produk yang mencakup warna, bentuk, merek, ilustrasi, teks, tata letak. Warna biasanya dipakai untuk identifikasi produk sehingga produk dimaksud berbeda dengan produk-produk pesaing. Warna juga dipakai untuk menarik perhatian, warna yang terang atau yang cerah akan memantulkan cahaya lebih jauh dibanding warna gelap, sehingga konsumen diharapkan dapat lebih tertarik atas produk tersebut. Sebagai alat marketing, warna dapat menjadi kekuatan persuasif bawah sadar. Sebagai suatu komponen fungsional dari penglihatan manusia, warna dapat menarik perhatian, menyejukkan atau menyakitkan mata dan berkontribusi pada kesuksesan suatu produk, jasa atau bahkan suatu interior ruangan. Warna yang salah dapat menjadi kesalahan yang mahal [5].

Visualisasi Kemasan

Secara umum, tampak depan kemasan menampilkan logo atau merek produk untuk memudahkan identifikasi produk oleh konsumen. Selain logo atau merek, produsen. Tampak depan juga menampilkan informasi jenis atau varian produk dan bobot produk bahkan nomor registrasi halal produk kering tempe dan kentang mustofa yang menyatakan bahwa produk telah terdaftar produk halal pada LPOM MUI (hasil dari pengabdian sebelumnya). Tampak belakang kemasan menampilkan informasi produk seperti keunggulan produk, komposisi, expired date produk. Hal ini sudah sesuai dengan Peraturan Pemerintah (PP) No. 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan (pasal 3 ayat 2) menerangkan bahwa label pangan sekurang-kurangnya memuat (1) nama produk, (2) daftar bahan yang digunakan, (3) berat bersih, (4) nama dan alamat pihak yang memproduksi, dan (5) tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa UU No. 18 Tahun 2012. Label kemasan kedua produk dapat dilihat pada Gambar 3 dan 4.

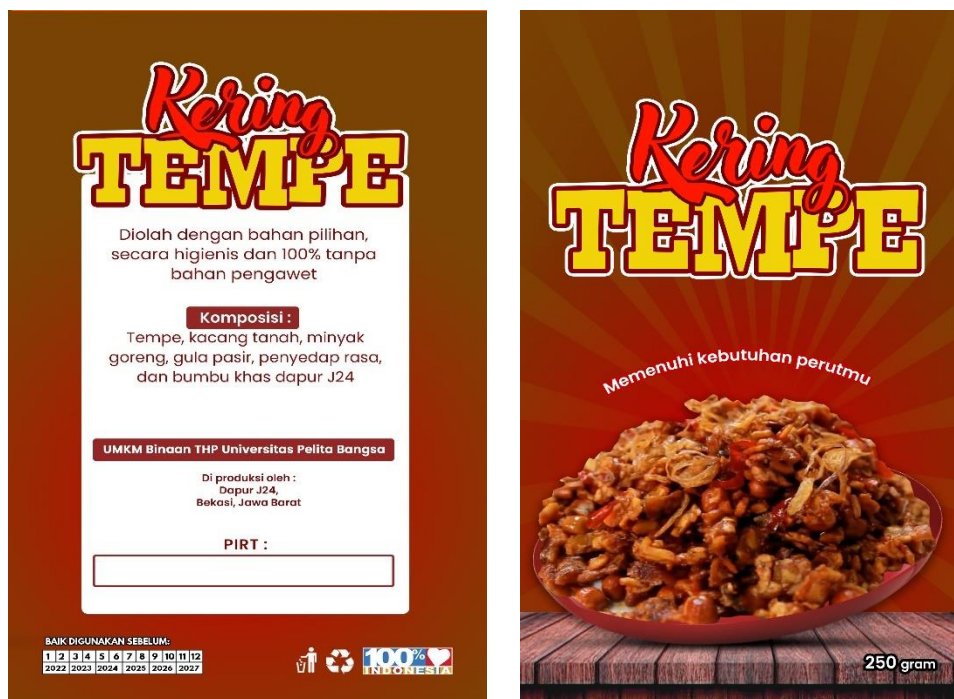
Label kemasan akan digunakan menempel pada kemasan ziplock sehingga dapat menutupi keseluruhan dari kemasan. Pemilihan perpaduan warna yang mencolok yaitu merah dan orange menimbulkan kesan yang serasi pada label kedua produk dapat menjadi daya tarik bagi konsumen. Ilustrasi yang digunakan dalam label merupakan ilustrasi asli dari foto produk sehingga walaupun kemasan tertutup dan produk tidak dapat dilihat secara langsung, konsumen dapat melihat gambaran produk pada kemasan produk. Selain itu jenis font pada label kemasan tertera sangat jelas. Sehingga memudahkan konsumen untuk membaca informasi yang tertera pada produk

Produk kering tempe dan kentang mustofa Dapur J24 akan dikemas dengan kemasan ziplock namun kesemua bagian kemasan akan dilaminasi dengan label kemasan sehingga akan memberikan

kesan mewah pada produk. Kemasan cukup baik dalam melindungi isi produk dari sinar matahari, air dan benda asing lainnya, karena tertutup rapat dan indeks kerapatan yang minip. Selain faktor keamanan Kemasan memiliki faktor ergonomi yang baik. Kemasan memiliki ukuran yang mudah untuk dipegang, diambil dan dibawa kemanapun pergi. Ilustrasi desain kemasan dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Ilustrasi kemasan Dapur J24



Gambar 4. Label kemasan produk kering tempe Dapur J24 (tampak depan dan belakang)



Gambar 5. Label kemasan produk kentang mustofa Dapur J24 (tampak depan dan belakang)

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari hasil pengabdian ini adalah UKM Dapur J24 telah memiliki kemasan memiliki nilai ergonomis, praktis dilengkapi dengan label kemasan yang memenuhi Peraturan Pemerintah sesuai dengan (PP) No. 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan serta yang dapat menjadi daya tarik konsumen dengan adanya pemilihan warna yang serasi dan mencolok, tulisan font yang jelas sehingga mempermudah konsumen untuk membaca informasi dari label tersebut. Diharapkan UKM dapat lebih mudah dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

Saran dalam pengabdian ini adalah selanjutnya kemasan dapat dicetak dan distribusikan oleh UKM, serta adanya pengabdian terkait dengan pengajuan izin edar produk PIRT / MD BPOM.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Rektorat dan Dekanat Universitas Pelita Bangsa, serta mitra pelaku usaha yaitu UMKM Dapur J24 yang telah mendukung terlaksananya program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Departemen Koperasi 2008: www.depkop.go.id.
- [2] D. M. Utama dan T. Baroto, Penggunaan SAW untuk analisis proses perebusan kedelai dalam produksi tempe, *Agrointek: Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, Vol 12(2), pp 90-98, 2018.
- [3] W. Haliza, E.Y. Purwani, dan R. Thahir, R.Pemanfaatan kacang-kacangan lokal sebagai substitusi bahan baku tempe dan tahu, *Buletin Teknologi Pasca Panen*, vol 3(1), pp 1-8. 2016.
- [4] S. Anita, S.Dhonyy, Herol, Irfan Y. Ardiatma, D. 2023. Sosialisasi Sertifikasi dan Labelisasi Halal pada UMKM DAPUR J24 di Kecamatan Tambun, Kabupaten Bekasi, *Jurnal Pelita Pengabdian*, vol. 1(1).
- [5] C, Giles. 2007. **What Is Packaging Design**. Switzerland: Rotovision.