



Kemasan dan Desain Label Produk Bagi UMKM di Kecamatan Medan Kota

¹Ruth Meivera Siburian, ²Liskedame Sipayung, ³Marvin Hutabarat, ⁴Alex Chandra

¹v_manut@yahoo.com, ²liskedamesipayung@gmail.com, ³marvin.hutabarat@gmail.com,

⁴alexsiburian03@gmail.com

^{1,2,3}Institut Sains dan Teknologi TD. Pardede

⁴Akademi Manajemen Infomatika Komputer Widyaloka Medan

ABSTRAK

Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) begitu pesat. Untuk mendorong pertumbuhan UMKM di kota Medan, Pemerintah Kota telah memberikan bantuan dan pelatihan agar UMKM dapat menembus pasar modern. Usaha mikro kecil menengah diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Usaha kecil menengah pada pengabdian ini adalah beberapa usaha mikro pada Kecamatan Medan Kota. Tujuan pengabdian masyarakat adalah untuk meningkatkan penjualan pada UMKM sehingga produk ini dapat dijual di pasar modern. Permasalahan mitra dalam kegiatan ini adalah proses produksi masih menggunakan alat-alat yang sangat tradisional, kemasan produk yang sangat sederhana, label yang kurang menarik dan belum adanya print sehingga produk ini hanya sampai pada pasar tradisional. Hasil dari kegiatan ini adalah proses produksi yang lebih cepat dengan menggunakan mesin penggiling daging, kemasan menggunakan standing pouch, desain label menarik. Adanya sertifikat keamanan pangan yang diterbitkan dinas kesehatan Pemerintah kota Medan maka pangsa pasar UMKM meningkat pada pasar modern.

Kata kunci: UMKM, kemasan, label, keamanan

ABSTRACT

The development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) is very rapid. To encourage the growth of MSMEs in the city of Medan, the City Government has provided assistance and training so that MSMEs can penetrate the modern market. Micro, small and medium enterprises are expected to improve the welfare of the community. Small and medium enterprises in this service are several micro-enterprises in the Medan City District. The purpose of community service is to increase sales to MSMEs so that these products can be sold in modern markets. The problem with partners in this activity is that the production process still uses very traditional tools, very simple product packaging, unattractive labels and no print so that these products only arrive at traditional markets. The results of this activity are a faster production process using a meat grinding machine, packaging using standing pouches, attractive label designs. Food safety certificates issued by the Medan city government health office, so the MSME market share increases in the modern market.

Keywords: MSMEs, packaging, labels, security

1. PENDAHULUAN

Hal yang sangat penting dalam kemajuan sebuah perusahaan dan dalam sebuah usaha inovasi (Arifudin, 2020). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sektor ekonomi nasional yang





paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak sehingga menjadi tulang punggung perekonomian Nasional. Usaha mikro kecil menengah (UMKM) telah mempunyai peranan yang sangat penting pada pertumbuhan ekonomi di Sumatera Utara. Peranan UMKM memberikan nilai positif bagi peningkatan pendapatan masyarakat. Pendapatan masyarakat meningkat sehingga dapat meningkatkan daya beli masyarakat. Peningkatan daya beli masyarakat diharapkan mampu menggerakkan roda perekonomian di Sumatera Utara khususnya kecamatan Medan Kota.

Pemerintah kota Medan telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan jumlah UMKM di kecamatan Medan Kota. Antara lain bekerja sama dengan program CSR untuk memberikan bantuan berupa alat dan pelatihan kewirausahaan. Pada kenyataannya masih banyak usaha mikro yang belum mendapat pelatihan dari pemerintah sehingga pengetahuan akan kewirausahaan kurang optimal. Tujuan dan target yang ingin dicapai dalam PKM ini adalah melakukan pendampingan dan pendidikan pada industri rumah tangga UMKM di Kecamatan Medan Kota.

2. KAJIAN PUSTAKA

Perkembangan UMKM selalu memberikan peningkatan yang positif pada perekonomian rakyat. Perekonomian rakyat perlu ditingkatkan dengan jalan meningkatkan dan memberikan perhatian UMKM yang ada pada industri rumah tangga. Pertumbuhan perekonomian rakyat bergantung kepada keberhasilan UMKM yang ada pada masyarakat. Perkembangan UMKM bergantung pada pemerintah dan akademisi dalam memberikan pelatihan dan bantuan pada UMKM.

Sulistyandari dkk. (2017) melakukan penyuluhan dan pendampingan membuat label merek dan kemasan dengan menggunakan sealer untuk mengemas produk agar usaha lebih berkembang. Menurut Mukhtar dan Nurif (2015) seorang technopreneurship harus memperhatikan daya tarik produk serta aneka macam kemasan dan packagingnya yang dapat menarik minat masyarakat. Suhardi (2019) melakukan penyuluhan mengenai peranan kemasan, bahan kemasan produk, bentuk kemasan produk dan pelatihan pembuatan desaun yang menarik dengan metode presentasi, demonstrasi dan praktek. Menurutnya, target sasaran dari peningkatan penjualan produk makanan kering seperti pengrajin abon sapi, Jiane Snack, Markisa Noerlan yang selama ini masih menggunakan kemasan yang sederhana, mempunyai cita rasa yg kurang bervariasi dan proses pembuatan abon sapi yang masih tradisional sehingga produk tersebut belum mengalami peningkatan pendapatan. Selain itu, pemasaran produk yang dihasilkan juga terbatas. Produk





tidak bisa dijual di tempat yang ramai pembeli dikarenakan desain kemasan yang masih sederhana dan belum ada PIRT untuk produk yang dihasilkan.

Nilai tambah pada sebuah produk dilakukan dengan berbagai macam misalnya adanya perbaikan kualitas produk, membuat kemasan yang menarik dan membuat cita rasa yang bervariasi. Oleh karena itu, pengabdian ini penting untuk dilaksanakan guna membantu pelaku industri melakukan terobosan baru terhadap produknya agar pendapatan yang dihasilkan menjadi lebih meningkat. Sari dkk. (2018) menyatakan bahwa protipe teknologi alat pengemas markisa Noerlan telah dicapai dan implementasi selanjutnya dapat meningkatkan omzet produksi harian. Dalam hal ini teknologi sangat diperlukan pada proses pembuatan sebuah produk untuk penghematan waktu dan tenaga.

Astapa dkk. (2019) melakukan pelatihan pembuatan desain dan labeling kemasan produk rempeyek. Rempeyek yang dikemas menarik sehingga konsumen lebih tertarik. Labelling dibuat sederhana, selanjutnya labeling dicetak pada plastik kemasan yang berbagai ukuran sesuai kebutuhan. Hal ini menunjukkan bahwa kemasan dan labeling merupakan dalam hal penting pada sebuah produk. Agar dapat berkembang dan berekspansi ke usaha yang berskala lebih luas melalui perbaikan kemasan labeling (Puryantoro, 2017)

3. METODE PELAKSANAAN

Pendampingan sangat diperlukan pada UMKM karena kurangnya pengetahuan, ketrampilan dan inovasi pada UMKM. Hal inilah yang mengakibatkan UMKM sangat bergantung pada pengetahuan dengan memberikan pelatihan manajemen dan pemasaran yang diberikan dari Pemerintah dan Akademisi. Tjiptono (2011:2) menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional. Manajemen pemasaran diartikan sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang umum menurut Kotler dan Keller (2011:6) dalam buku Manajemen Pemasaran edisi 13. Definisi menurut kedua para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu dalam melakukan aktivitas perencanaan, penetapan harga, dan pendistribusian produk kepada pasar sasaran untuk mencapai kepuasan pelanggan yang merupakan tujuan dari organisasi.





Pemasaran sangat berperan penting terhadap kelangsungan bisnis, seperti menentukan target pasar yang tepat, menentukan harga produk yang sesuai dan dapat dijangkau oleh target pasar, hingga menentukan cara mengemas produk atau jasa agar lebih mudah diterima oleh masyarakat. Produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu, produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Secara lebih rinci, konsep produk total meliputi barang, kemasan, merek, label, pelayanan, dan jaminan. Konsep produk total yang dilakukan adalah dengan memperbaiki:

1. Barang : produk yang di akan diproduksi UMKM
2. Kemasan : kemasan yang di gunakan UMKM
3. Merk : merk dagang yang akan di gunakan oleh produk UMKM yang akan di hak patenkan
4. Label : label sebagai tanda yang ada pada produk dengan tujuan produk dikenal di masyarakat.
5. Pelayanan : pelayanan menyangkut pelayanan terhadap konsumen
6. Jaminan : produk yang dihasilkan UMKM diharapkan aman dikonsumsi oleh masyarakat

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk usaha mikro pada industri rumah tangga diharapkan dapat berkembang dan berkelanjutan. Untuk itulah kami melakukan beberapa tahapan dalam memperbaiki produk makanan kering khususnya produk makanan kering dalam rangka menciptakan penjualan sebuah produk agar produk tersebut dapat menjangkau pasar modern. Tahapan pada pengabdian masyarakat adalah:

1. Pemilihan produk

Misalnya dalam pemilihan daging sapi yang akan dibuat menjadi abon daging sapi. Kemudian proses berikutnya adalah proses penggilingan daging sapi yang merupakan tahap awal dalam pembuatan abon sapi. Penggilingan yang dilakukan biasanya secara manual akan membutuhkan waktu yang sangat lama dan hasil yang kurang maksimal. Akan tetapi dengan bantuan alat untuk menggiling daging sapi akan sangat membantu dalam proses tahap awal pembuatan abon sapi.

2. Kemasan

Kemasan merupakan hal terpenting dalam sebuah produk. Bagian luar yang membungkus produk disebut dengan kemasan. Produk yang dikemas secara sederhana akan mengakibatkan produk





tersebut akan tertinggal dan bertahan di pasar tradisional. Produk yang dikemas secara menarik dan inovatif akan mempunyai mempunyai nilai tambah sebuah produk. Kemasan mempunyai arti penting pada sebuah produk makanan, karena akan meningkatkan nilai tambah pada sebuah produk. Hasil di lapangan produk makanan kering masih menggunakan kemasan yang sangat tradisional, sebelum diadakan pelatihan kemasan. Pengabdian yang dilakukan dengan memberikan bantuan bagaimana membuat kemasan standing pouch dengan ukuran yang berbeda sehingga produk kelihatan menarik dan sesuai dengan keperluan.

3. Merek

Pembuatan merk pada produk UMKM sering kali dianggap hal yang sepele atau tidak penting. Kenyataannya merk sebuah produk merupakan hal terpenting. Karena konsumen akan membeli produk karena mengenal merknya. Produk yang memiliki merk jika akan diperkenalkan di pasar akan mudah diingat konsumen. Tetapi pada produk UMKM meskipun sudah diberikan pengertian bahwa merek mempunyai arti penting tetap saja UMKM memberikan merk dengan seadanya. Mungkin hal ini akan dikerjakan secara bertahap.

4. Label

Label sebuah produk makanan merupakan hal yang penting agar produk tersebut dikenal di masyarakat. Hal – hal yang selalu ada sebuah label adalah:

- a. merk produk untuk membedakan produk yang satu dengan yang lain
- b. berat bersih produk
- c. halal MUI atau no P-irt. Hal ini terkait jaminan keamanan produk makanan
- d. masa kadaluarsa
- e. komposisi pada produk
- f. kapan produk dibuat

Desain label pada produk diharapkan dapat menjadi ciri khas produk tersebut. Ukuran label disesuaikan dengan kemasan pada produk tersebut. Untuk kemasan yang kecil, ukuran label juga kecil mengikuti kemasan tersebut. Undang-undang Republik Indonesia No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menyatakan bahwa konsumen berhak mendapatkan jaminan bahwa produk makanan yang dibelinya aman bagi kesehatan dan tidak menimbulkan dampak penyakit bagi jangka panjang maupun jangka pendek. Jaminan keamanan sebuah produk makanan sangat penting berupa sertifikasi produk pangan - Industri rumah tangga. Ini merupakan jaminan tertulis dari Dinas kesehatan terhadap pangan





hasil industri rumah tangga yang telah memenuhi persyaratan dan standar keamanan tertentu dalam rangka produksi sebuah produk makanan dan peredarannya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Adapun kesimpulan yang diperoleh dari pengabdian ini adalah:

1. Keterbatasan pengetahuan tentang peningkatan kualitas produk mengakibatkan produk yang dihasilkan UMKM kalah bersaing di pasar modern.
2. Kemasan yang dilakukan UMKM masih menggunakan cara tradisional sehingga UMKM hanya mempunyai satu pangsa pasar yaitu pasar tradisional.
3. Beberapa UMKM belum mempunyai merk dan label yang menarik, untuk itulah diperlukan sebuah pemahaman bahwa konsumen akan mengenal produk UMKM melalui merk dan label
4. Sertifikat P – irt diperlukan agar produk terjamin kualitasnya.

Adapun saran yang dapat menjadikan masukan bagi pihak-pihak terkait adalah bahwa usaha mikro kecil menengah (UMKM) perlu mendapatkan pelatihan terkait kualitas produk dengan kreativitas dan inovasi sehingga terjadi keberlanjutan produk. Pendampingan secara intensif dalam hal pemasaran dan pengelolaan keuangan. Sebagian besar UMKM masih minim pengetahuan sehingga diperlukan pendampingan. Data base UMKM yang ada pada pemerintah Kecamatan Medan Kota hendaknya dijadikan data sebagai analisis strategi pengembangan UMKM di kota Medan. Analisis strategi akan digunakan sebagai acuan peningkatan kualitas produk UMKM untuk dapat menembus pasar nasional dan internasional.

UMKM selain dapat meningkatkan pendapatan masyarakat juga dapat menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi pengangguran. Pemerintah telah membuat pelatihan agar UMKM dapat berkembang sehingga UMKM yang ada dapat sustainable (keberlanjutan). Pelatihan yang dilakukan pemerintah mulai dari pelatihan pembuatan sebuah produk, pelatihan membuat kemasan yang bagus dan pelatihan pemasaran. Tidak semua UMKM dapat mengikuti pelatihan yang diselenggarakan pemerintah kota Medan, beberapa UMKM mempunyai kendala untuk mengikuti pelatihan tersebut. Kendala UMKM adalah tidak mempunyai transportasi dan waktu.

DAFTAR PUSTAKA





- Arifudin, Opan. 2020. *PKM Pembuatan Kemasan, Peningkatan Produksi dan Perluasan Pemasaran Keripik Singkong di Subang Jawa Barat*. Jurnal Pengabdian, Vol. 4, No. 1.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Harsiti, Yani Sugiyani, Tb. Ai Munandar, Erma Perwitasari. 2018. *Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Pelatihan Packaging Produk Makanan Tradisional yang Berdaya Jual Guna Meningkatkan Perekonomian Wilayah*. Sembadha, Vol. 1, Edisi 01.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Mukhtar, Syukrianti dan Muchammad Nurif. 2018. *Peranan Packaging dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen*. Jurnal Sosial Humoniora, Vol. 8, No. 2.
- Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia No. 22 Tahun 2018.
- Puryantoro. 2017. *PKM Desain Labelling Kemasan Kerupuk Ikan Pada Industri Kecil Menengah di Desa Pesisir Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo*. Jurnal Warta Pengabdian, Vol. 12.
- Suhardi, Dadang. 2019. *Optimalisasi Keterampilan Pembuatan Kemasan untuk Meningkatkan Pemasaran Produk pada UKM Pembuat Tape di Desa Cibeureum Kabupaten Kuningan*. Jurnal Pengabdian Masyarakat. Vol. 2, No. 2.
- Sulistiyandari, Ekaningtyas Widiastuti, dan Suci Indriati. 2017. *Kemasan Produk Sebagai Strategi Pemasaran Kerupuk Rambak "Mirasa" Di Desa Dukuhturi, Kec. Bumiayu, Kab. Brebes*. Jurnal Adimas.
- Suniantara, I Ketut Putu, I Gede Eka Wiantara Putra, dan I Gede Agus Astapa. 2019. *Application of Technology Appropriate on Kripik Rempeyek House Industries in Perean Village*. Jurnal Sinegritas PKM & CSR. Vol. 3, No. 2.
- Sari, Agustina Dessy, Azafilmi Hakiim, dkk. 2018. *PKM Kelompok Usaha Dodol Kabupaten Bekasi Jawa Barat*. Jurnal Abdimas, Vol. 5, No. 1.
- Undang – Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.





