

Penyuluhan *Packaging* Pada Kelompok Usaha Emping Melinjo Dusun Kamijoro, Sendangsari, Pajangan, Bantul

Dewi Kusuma Wardani^{1*}, Uum Helmina Ch²

¹Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Jl. Kusumanegara 121 Yogyakarta, 55165,
Telp & Fax (0274) 557455

²Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Jl. Kusumanegara 121 Yogyakarta, 55165,
Telp & Fax (0274) 557455

Jl. Kusumanegara 121 Yogyakarta, 55165, Telp & Fax (0274) 557455

Email: 1d3wikusuma@gmail.com

Abstrak

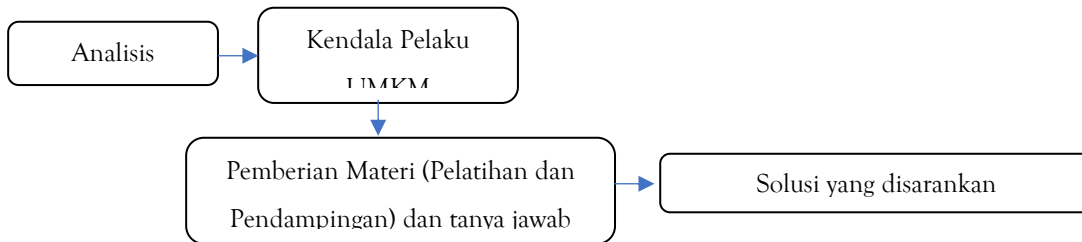
Penyuluhan packaging bagi UMKM Emping Melinjo Desa Kamijoro ini bertujuan untuk memberikan pemahaman masyarakat agar memahami pentingnya pengemasan serta dapat membuat kemasan yang unik dan menarik. Metode pelaksanaan dalam penyuluhan ini adalah metode ceramah, pelatihan, dan pendampingan. Setelah penyuluhan ini dilakukan, diperoleh hasil bahwa masyarakat lebih memahami arti penting kemasan demi kepuasan konsumen dan meningkatkan daya saing sehingga meningkatkan penjualan. Implikasi dari penyuluhan ini adalah perubahan kemasan yang unik dan mempunyai khas tersendiri produk emping mlinjo di Dusun Kamijoro sehingga menarik minat pembeli.

Kata kunci: *Penyuluhan, Pengemasan, Kamijoro, Emping Melinjo*

Pendahuluan

Di dusun Kamijoro, Desa Sendangsari, Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul terdapat UMKM emping mlinjo. Emping mlinjo merupakan makanan ringan yang terbuat dari buah mlinjo. Emping mlinjo adalah salah satu snack yang dulunya digemari oleh masyarakat namun karena seiring perkembangan zaman dan kemasan yang kurang menarik membuat emping mlinjo hampir tidak digemari masyarakat. Sesuai dengan pendapat Rosalina, Alnopri, & Prasetyo (2012) bahwa gambaran dan desain kemasan secara simultan akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal yang pertama dilihat konsumen adalah *packaging* yang unik dan membuat konsumen ingin melihat dan merasakan produk yang dijual. Namun, emping mlinjo ini masih menggunakan pengemasan secara tradisional sehingga pembaharuan kemasan perlu dilakukan untuk menarik minat pembeli. Hal ini sesuai dengan pendapat Nugrahani (2015) bahwa kemasan yang baik akan meningkatkan nilai jual produk 40% - 100% dari harga awal.. Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai penambahan nilai jual jika produk dikemas sedemikian rupa sehingga konsumen tertarik untuk membelinya. Selain itu, dalam menentukan desain kemasan masih belum sesuai dengan standar pengemasan, belum mengedepankan estetika, dan belum memperhitungkan semua persaingan di luar.

Berdasarkan permasalahan di atas maka solusi yang ditawarkan adalah penyuluhan kemasan/*packaging* yang bernilai jual tinggi. Dalam penyuluhan ini memerlukan kerangka teoritis yang membantu mendampingi para pengusaha UMKM di Dusun Kamijoro. Berikut merupakan kerangka teoritis yang tim pengabdian dan para pengusaha UMKM lakukan.



Gambar 1. Kerangka Teoritis

Penyuluhan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman masyarakat agar memahami pentingnya pengemasan serta dapat membuat kemasan yang baik. Bahkan pemasaran produk tidak menutup kemungkinan bisa diminati di luar negeri (Fatmayanti, 2016). Dalam hal ini, konsumen sebagai sasaran utama sehingga lebih mengutamakan minat konsumen dari segi seni dalam kemasan maupun dari segi kemudahan dalam menghubungi produsen.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan dalam kegiatan ini dengan menggunakan metode ceramah, pelatihan, dan pendampingan sehingga masyarakat Dusun Kamijoro atau pihak mitra diharapkan proaktif dalam menanggapi baik dalam sesi penyuluhan ini maupun pada sesi pendampingan. Sementara itu, tim pengabdian melakukan *transfer knowledge* kepada pihak mitra, dimulai langkah pertama yaitu perencanaan atau dilakukan *survey* untuk mengumpulkan data mengenai informasi terkait tentang dusun-dusun yang masih mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya. Langkah kedua yaitu persiapan dan berdasarkan data yang diperoleh, Dusun Kamijoro, Desa Sendangsari, Kec. Pajangan, Kab. Bantul ini menjadi sampel responden dilihat dari rendahnya tingkat penjualan emping mlinjo yang merupakan snack tradisional dan perlu dilestarikan. Kemudian tim mempersiapkan alat dan bahan guna melaksanakan tahap berikutnya yaitu tahap pelaksanaan. Adapun alat dan bahan yang digunakan adalah contoh kemasan, laptop, proyektor, alat tulis, dan lain-lain. Selanjutnya tahap pelaksanaan dilakukan dengan pemaparan materi mengenai standarisasi kemasan, cara menciptakan desain kreativitas kemasan yang unik dan menarik serta biaya-biaya yang akan dikeluarkan kaitannya dengan kemasan lalu diakhiri dengan sesi tanya jawab yang dimoderatori oleh anggota tim pengabdian. Rincian tahap pelaksanaan tersebut diuraikan sebagai berikut.

1. Pemaparan materi mengenai standarisasi kemasan. Tim memberikan edukasi mengenai arti penting, tujuan, peran kemasan produk bagi konsumen.

2. Pemaparan materi mengenai cara menciptakan desain kreativitas kemasan yang unik dan menarik. Materi yang disampaikan mengenai langkah-langkah yang harus diperhatikan dalam menentukan desain kemasan.
3. Pemaparan materi mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan. Tim memberikan contoh-contoh biaya yang dianggarkan untuk menghasilkan kemasan yang diharapkan. Mulai dari bahan kemasan, percetakan, sampai dengan produk siap jual di *outlet online* maupun *offline*.
4. Pada sesi terakhir, dilakukan sesi tanya jawab yang dimoderatori oleh anggota tim pengabdian. Sesi ini terdapat banyak pertanyaan yang diajukan kepada tim pengabdian

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini meliputi rangkaian kegiatan mulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan kegiatan. Berikut ini penjelasan kegiatan pengabdian yang dilakukan:

1. Hasil Identifikasi Potensi Wilayah

Dusun Kamijoro merupakan salah satu dusun yang terletak di Desa Sendangsari, Pajangan, Bantul. Dusun ini berada kurang lebih 15 km sebelah barat daya kota Yogyakarta dan 8 km sebelah barat kota Bantul. Dusun Kamijoro berada di tengah kecamatan Pajangan sehingga di dusun ini terdapat berbagai perkantoran, seperti kantor kecamatan Pajangan, kantor pos Pajangan, kantor PLN, kantor PDAM, serta SMPN 1 Pajangan.

Dusun Kamijoro memiliki 286 Kepala Keluarga, yang terdiri atas 255 kepala keluarga laki-laki dan 31 kepala keluarga perempuan. Jumlah penduduk Dusun Kamijoro sebanyak 937 jiwa, yang terdiri atas 463 laki-laki dan 474 perempuan. Sebagian besar penduduk beragama Islam, yaitu sebanyak 860 orang. Empat puluh delapan orang beragama Katolik dan 29 orang beragama Kristen.

Penduduk Dusun Kamijoro memiliki berbagai macam mata pencaharian, seperti guru, pegawai negeri, buruh, pedagang, wiraswasta, serta petani. Usaha sampingan yang dimiliki oleh penduduk Kamijoro adalah peternakan dan perikanan. Dari sisi produk olahan makanan, emping melinjo merupakan produk utama yang dimiliki oleh Dusun Kamijoro.

2. Perencanaan dan Penyusunan Program

Setelah melihat potensi wilayah, tim pengabdian berdiskusi dengan Kepala Dusun (Dukuh) Kamijoro mengenai kegiatan pengabdian yang akan dilaksanakan. Dari seluruh aspek yang dianalisis, disimpulkan bahwa produk olahan melinjo, dalam hal ini emping melinjo, di Dusun Kamijoro masih kalah dengan produk yang lain terutama dikarenakan kurang menariknya kemasan yang dimiliki. Bahkan produk emping melinjo Dusun Kamijoro belum dapat menembus ke pasar swalayan karena hal ini.

Kelemahan ini disebabkan kurangnya pengetahuan mitra mengenai pentingnya *packaging* bagi sebuah produk. Oleh sebab itu, tim pengabdian masyarakat beserta Dukuh Kamijoro sepakat untuk melaksanakan program kegiatan penyuluhan *packaging* bagi Kelompok Usaha Emping Melinjo di Dusun Kamijoro.

3. Pelaksanaan Program

a. Pembukaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat diawali dengan pembukaan oleh Dukuh Kamijoro dan Ketua Program Studi Akuntansi FE UST. Dukuh Kamijoro, yaitu Bapak Felix, menjelaskan bahwa dusun Kamijoro memiliki potensi melinjo yang melimpah. Salah satu produk andalan dari Dusun Kamijoro adalah emping melinjo. Harapannya adalah emping melinjo Dusun Kamijoro dapat dikenal luas di masyarakat, bahkan dapat masuk ke pasar swalayan dan pusat oleh-oleh. Oleh sebab itu, *packaging* merupakan aspek yg mutlak diperbaiki oleh kelompok usaha ini.

Ketua Program Studi Akuntansi FE UST, Ibu Sri Ayem, memberikan motivasi kepada mitra bahwa produk yang sederhana dapat menjadi unggulan bagi suatu daerah. Apabila sudah menjadi unggulan, diharapkan dapat meningkatkan ekonomi masyarakat di daerah tersebut. Demikian pula emping melinjo diharapkan dapat menjadi produk unggulan Dusun Kamijoro sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat, khususnya kelompok usaha emping melinjo. Oleh sebab itu, diperlukan trik untuk dapat membuat produk itu unggul, yaitu dengan *packaging*.



Gambar 1. Sambutan Kaprodi Akutansi Kamijoro



Gambar 2. Sambutan Kepala Dukuh

b. Pemberian Materi

Tim pengabdian yang diwakili oleh ketua tim, Ibu Dewi Kusuma Wardani, memberikan materi mengenai pentingnya *packaging* bagi suatu produk. Produk yang sama akan memiliki harga dan daya jual yang berbeda ketika memiliki *packaging* yang berbeda. Semakin baik *packaging* maka semakin mahal harganya dan semakin tinggi daya jualnya (Darmawan, 2017).

Secara umum, pihak mitra belum memiliki pemahaman yang cukup bahkan kurang tertarik untuk memperhatikan sebuah produk makanan dengan kemasan yang unik. Artinya, banyak keterbatasan pengetahuan untuk menarik konsumen membeli produk

makanan khususnya emping mlinjo sehingga penyampaian materi dan sedikit contoh-contoh nyata sebagai petunjuk dalam membantu meningkatkan penjualan pihak mitra.



Gambar 3. Penyampaian materi oleh ketua Tim Pengabdian

c. Pembuatan Desain Kemasan

Penyuluhan ini menggunakan metode pemaparan materi dan alat peraga yang sederhana mengenai usaha dan persaingannya pada saat ini. Salah satu caranya adalah membuat desain kemasan yang berbeda, kreatif dan menarik. Desain ini dibuat oleh mahasiswa yang menjadi tim pengabdian. Berikut desain kemasan dan contoh label:



Gambar 4. Contoh Kemasan



Gambar 5. Contoh Label dari Kemasan

4. Umpan Balik Peserta

Pihak mitra memberikan tanggapan positif bahwa sangat penting untuk membuat desain kemasan semenarik mungkin untuk menarik minat pembeli. Masyarakat memiliki antusias yang tinggi sehingga sebelum tiba waktu untuk sesi tanya jawab, masyarakat sudah menanyakan

cara menciptakan ide-ide kreatif dan memenuhi standar kemasan yang baik; cara mendaftarkan ke BPPOM serta cara menentukan tanggal kadaluwarsa produk makanan emping mlinjo agar produk dapat terjaga dan aman dikonsumsi oleh konsumen. Pada sesi tanya jawab ini sebagai sarana mengumpulkan informasi seberapa besar pemahaman materi yang disampaikan. Sebagian besar ibu-ibu peserta sudah mulai memahami terutama mengenai langkah-langkah pengemasan dengan jaminan kebersihan yang tinggi dan biaya yang akan dikeluarkan sehingga dalam menentukan biaya-biaya ini dapat dijadikan salah satu pertimbangan dalam menentukan harga jual.



Gambar 6. Diskusi dengan masyarakat Masyarakat



Gambar 7. Sesi Foto Tim Pengabdian dan

Kesimpulan

Kegiatan ini adalah kegiatan pengabdian masyarakat dengan bentuk penyuluhan bagi masyarakat atau para pemilik UMKM produk emping mlinjo di Dusun Kamijoro, Desa Sendangsari, Kec. Pajangan, Kab. Bantul. Secara umum, kegiatan ini berjalan sesuai dengan harapan sebelumnya. Pihak mitra dapat memahami arti penting *packaging* sebagai mata pertama untuk melihat respon pasar sehingga lebih memperhatikan cara untuk menarik konsumen. Kemudian, pihak mitra mulai dapat mencoba menghitung biaya dan macam-macam biaya yang akan dihitung menjadi salah satu pertimbangan menentukan harga jual. Dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini mempunyai dampak positif berupa meningkatnya pemahaman bahwa kemasan yang melekat pada produk menjadi salah satu faktor menentukan selera pasar. Selain itu, pihak mitra mendapatkan kompetensi yang lebih dalam mengembangkan usahanya.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian, Pengembangan, dan Pengabdian Masyarakat (LP3M) UST dengan nomor: 28/UST/LP3M/PPM/K/VI/2019 atas pendanaan

program pengabdian masyarakat tahun 2019 dan kepada masyarakat Dusun Kamijoro yang telah ikut serta dalam kegiatan ini sebagai peserta. Dan tak lupa, kami ucapkan terimakasih kepada para mahasiswa yang sudah membantu jalannya kegiatan pengabdian ini.

Daftar Pustaka

- Darmawan, D. (2017). Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan. *Jurnal Agrimas*, 1(April), 1-10.
- Fatmayanti. (2016). Kemasan Sebagai Daya Saing Produk. In Sugiarti (Ed.), *Warta Ekspor* (Mei 2016). Jakarta.
- Nugrahani, R. (2015). Peran Desain Grafis Pada Label dan Kemasan Produk Makanan UMKM. *Jurnal Imajinasi*, IX(2), 127-136. Retrieved from <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/article/view/8846>
- Rosalina, Y., Alnopri, & Prasetyo. (2012). *Packaging Design In Increasing The Value Added Of. Agroindustri*, 2(1), 8-13. Retrieved from <https://ejournal.unib.ac.id/index.php/agroindustri/article/view/3842>