



PENYULUHAN PENINGKATAN KUALITAS *PACKAGING* PRODUK PADA UMKM SERAMBI MILK PADANG PANJANG

Angelia Leovita, Dian Fauzi

Fakultas Pertanian Univeristas Tamansiswa Padang

angelialeovita41@gmail.com

ABSTRAK

Packaging atau kemasan suatu produk sangat penting untuk menjadi perhatian oleh pelaku usaha. Pemilihan *Packaging* atau kemasan untuk suatu produk harus bisa menarik perhatian calon pembeli dan juga dapat menambah nilai ekonomis suatu produk serta teknologi pengemasan yang tepat dapat memperpanjang masa simpan suatu produk. *Packaging* atau kemasan merupakan aspek penting dalam *marketing* atau pemasaran karena dapat meningkatkan penjualan produk. Sebagai wajah dari suatu produk, tidak hanya desain secara unik dan menarik tapi juga harus informatif. Tujuan kegiatan pengabdian adalah memberikan penyuluhan tentang pentingnya label pada kemasan (*packaging*) produk pada UMKM Serambi Milk dan penyuluhan tentang bentuk kemasan produk UMKM Serambi Milk yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Metode penyuluhan merupakan metode yang digunakan dalam pengabdian dengan menerapkan teknik ceramah dan diskusi. Hasil pengabdian menunjukkan meningkatnya wawasan dan pengetahuan pelaku usaha UMKM Serambi Milk mengenai kemasan dan *packaging* suatu produk dan pentingnya memilih dan menggunakan kemasan untuk produk.

Kata Kunci : *Packaging*, UMKM, Susu Pasteurisasi

A. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Serambi Milk beralamat di jalan Syekh Ibrahim Musa RT 07 Kelurahan Ganting Kecamatan Padang Panjang, Ganting Timur Kota Padang Panjang Sumatera Barat. UMKM Serambi Milk dengan owner bernama Ridwansyah merupakan industri pengolahan yang bergerak dibidang makanan khususnya susu sapi segar. UMKM Serambi Milk juga mempunyai program Wisata Edukasi Sapi Perah. Wisata ini terbuka untuk wisatawan dan murid-murid sekolah. Dalam wisata ini akan diberikan informasi mengenai sapi perah, pemerahan sapi, pengolahan susu hingga susu bisa diminum.

Ridwansyah sebagai owner UMKM Serambi Milk, pada tahun 2017 mencoba mengorganisasikan kelompok-kelompok peternak melalui koperasi. Koperasi diberi nama Koperasi Peternak Sapi Perah Merapi Singgalang (KPSP Mersi). Saat ini Koperasi Peternak Sapi Perah Merapi Singgalang menaungi enam kelompok ternak. Para peternak yang bernaung di bawah koperasi ini, dapat menjual hasil susu sapi segar ke koperasi dan selanjutnya akan diolah menjadi produk susu sapi oleh UMKM Serambi Milk.

Selain menerima pasokan susu sapi segar dai peternak yang bernaung di Koperasi Peternak Sapi Perah Merapi Singgalang, UMKM Serambi Milk juga mempunya sapi perah sendiri. Sapi perah berjumlah 12 ekor, namun seringkali susu sapi segar yang dihasilkan tidak memenuhi permintaan. Susu di distribusikan ke Padang Panjang, Pekanbaru, Jambi dan Dumai. Sebelum didistribusikan susu sapi di olah menjadi susu pasteurisasi kemudian dimasukkan kedalam plastic berukuran tertentu kemudian dibekukan (Gambar 1).

UMKM Serambi Milk juga memproduksi susu sapi pasteurisasi dengan aneka rasa (Gambar 2). Hal ini dilakukan dalam rangka pengembangan susu pasteurisasi yang sebelumnya tidak ada rasa. Dan hal ini tujuannya menarik kalangan anak-anak, remaja bahkan dewasa dengan menyediakan aneka rasa menjadi

banyak pilihan bagi konsumen.



Gambar 1 Produk Susu Pasteurisasi Beku



Gambar 2 Produk Susu Pasteurisasi Aneka Rasa

Pada Gambar diatas, dapat dilihat kemasan yang digunakan media plastik dan plastik botol. Pemilihan kemasan atau *Packaging* produk sangat penting, baik untuk menarik konsumen, menambah nilai ekonomis serta memperpanjang usia produk. Teknologi pengemasan berperan penting dalam memperpanjang masa simpan produk termasuk produk susu pasteurisasi.

Kemasan atau *packaging* tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk dari berbagai resiko kerusakan, kemasan juga memiliki peranan penting dalam marketing karena dapat meningkatkan penjualan sebuah produk. Sebagai wajah dari produk tampilannya perlu dibuat sebgus mungkin. Tidak hanya berdesain unik dan menarik, tapi juga harus informatif. Dengan menggunakan kemasan atau *packaging* yang

menarik dan informatif akan menarik perhatian calon konsumen dalam membeli produk. Kemasan harus dapat menarik perhatian secara visual, emosional dan rasional. Sebuah desain kemasan yang bagus memberikan sebuah nilai tambah terhadap produk yang dikemasnya (Cenadi, CS 2000).

B. Permasalahan

Permasalahan yang terdapat di lapangan adalah produk yang dihasilkan UMKM Serambi Milk, terutama produk susu pasteurisasi masih menggunakan kemasan yang kurang menarik perhatian konsumen dan informasi produk dalam kemasan belum sempurna.

C. Tujuan

Tujuan pengabdian kepada masyarakat adalah memberikan penyuluhan terkait dengan peningkatan kualitas *packaging*/kemasan produk di UMKM Serambi Milk Padang Panjang.

D. Metode Pelaksanaan

Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di UMKM Serambi Milk Padang Panjang pada tanggal 27-28 Februari 2020. Pengabdian dilaksanakan oleh dua orang dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tamansiswa Padang. Agar pengabdian masyarakat ini dapat menghasilkan luaran yang diharapkan maka, digunakan metode penyuluhan langsung kepada pengurus dan anggota kelompok tani.

Metode penyuluhan langsung yang digunakan yaitu kombinasi antara ceramah dan diskusi kelompok. Ceramah dilaksanakan sebanyak dua tahap : 1) ceramah tentang pentingnya label pada kemasan (*packaging*) produk pada UMKM Serambi Milk, 2) ceramah tentang bentuk kemasan produk UMKM Serambi Milk yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Sedangkan metode diskusi dilaksanakan setiap selesai pemberian materi.

E. Hasil dan Pembahasan.

Kegiatan penyuluhan pada UMKM Serambi Milk dilakukan pada dua tahap. Tahap pertama yaitu pemberian materi tentang pentingnya desain kemasan (*packaging*) produk susu yang dihasilkan oleh UMKM Serambi Milk. Penyuluhan hari pertama ini dilaksanakan pada tanggal 27 Februari 2020. Selanjutnya tahap kedua dilaksanakan pada tanggal 28 Februari 2020 dengan materi bentuk kemasan produk UMKM Serambi Milk yang memiliki nilai ekonomi tinggi.

Sebelum pelaksanaan penyuluhan, kemasan yang digunakan oleh UMKM Serambi Milk masih menggunakan kemasan plastik (Gambar 1). Kemasan plastik ini digunakan pihak mitra untuk semua produk yang dihasilkan. Produk yang dikirim keluar kota pun tetap menggunakan kemasan plastik. Hal ini mengakibatkan tingginya tingkat risiko kerusakan produk di perjalanan pada saat pengiriman. Pengemasan yang baik sangat penting untuk penjualan produk makanan dan minuman. Christy (2015) mengatakan, desain kemasan dapat berpengaruh terhadap minat beli masyarakat. Selain menambah nilai ekonomis/nilai jual, menarik perhatian konsumen juga pemilihan kemasan yang baik dapat menambah waktu ketahanan suatu produk



Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Serambi Milk, peserta diberikan bekal mulai dari pengenalan konsep pentingnya kemasan produk, kemasan standar untuk UMKM, kreatifitas desain kemasan untuk UMKM, *labelling* dan penggunaan *barcode* (kode batang), P-IRT, logo halal (komponen penting dalam kemasan), *branding/ merk* pada kemasan, dan trend kemasan saat ini. Dengan adanya pengabdian ini, diharapkan bertambahnya wawasan dan pengetahuan pihak mitra tentang konsep pentingnya kemasan pada produk. UMKM mengetahui fungsi, kegunaan dan jenis kemasan yang dapat diterapkan pada produknya. Mampu merancang strategi kreatif desain kemasan dan perencanaan desain kemasan, serta mengetahui trend kemasan yang berlaku saat ini. Serta UMKM dapat merancang kemasan yang baik dan inovatif sehingga memberi nilai jual terhadap produk yang dihasilkan.

Produk susu yang dihasilkan berupa susu murni dan susu dengan aneka rasa. Produk susu di kemas dalam plastik dan botol plastik. Produk Serambi Milk dikemas dalam beberapa bentuk kemasan yaitu ukuran 1 liter, 5 liter, 25 ml, dan dikemas dalam bentuk *cup* (Gambar 5).



Gambar 4 Diskusi Kemasan Produk dengan Owner UMKM Serambi Milk

Kemasan produk atau *Packaging* merupakan identitas suatu produk. Dalam membuat desain kemasan menjadi salah satu pemicu penjualan sebuah produk karena berdasarkan fungsinya. Desain kemasan merupakan suatu nilai tambah yang dapat dijadikan sebagai perangkap emosional yang sangat ampuh untuk menjangkau konsumen. Dalam konteks komunikasi visual, desain sudah menjadi bagian dari tim dalam industri komunikasi. Desain juga sudah menjadi salah satu aspek yang berpengaruh dalam membentuk perilaku suatu masyarakat dan perkembangannya.

Oleh sebab itu, desain kemasan digadag-gadag mempunyai pengaruh yang besar terhadap minat beli konsumen. Khususnya unsur desain bentuk dan warna kemasan yang sangat berpengaruh dibandingkan dengan faktor lainnya. Sehingga unsur-unsur tersebut sangat dibutuhkan dalam menciptakan desain kemasan yang baik dan tepat.



Gambar 5 Kemasan Produk UMKM Serambi Milk



Gambar 6 Foto Bersama Owner Serambi Milk dan Mahasiswa

F. Kesimpulan

Kegiatan penyuluhan peningkatan kualitas *packaging* produk pada UMKM Serambi Milk Padang Panjang melalui teknik ceramah dan diskusi kelompok mampu meningkatkan wawasan dan pengetahuan mengenai kemasan dan *packaging* suatu produk. Serta pentingnya memilih dan menggunakan kemasan untuk produk.

Daftar Pustaka

- Anonymous. 2008. The Success of HDPE in Milk Packaging. Saudi Basic Industries Corporation (BASIC). http://plastics.sabic.eu/cases/_en/messageinabottle.htm. [30 Januari 2012]
- Idris. 1992. Teknologi Pengolahan Susu. Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya, Malang
- Karya, N. 2001. Pengendalian Mutu pada Industri Susu Pasteurisasi: Studi Kasus di PT Indomilk Jakarta. Fakultas Kedokteran Hewan, Institut Pertanian Bogor, Bogor
- Kotler dan Keller. (2009), "Manajemen pemasaran. jilid I. Edisi ke 13". Jakarta: Erlangga
- Mahaputra, L. 2001. Ilmu Kebidanan Veteriner. Laboratorium Kebidanan Fakultas Kedokteran Hewan Universitas Airlangga, Surabaya
- Purnomo, H. dan Adiono. 1987. Ilmu Pangan. UI Press, Jakarta
- Pusat Data dan Informasi Pertanian. 2019. Buku Outlook Komoditas Peternakan Susu Sapi. Jakarta. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian.
- Vassila, E., A. Badeka, E. Kondyli, I. Savvaidis, and M.G. Kontominas. 2002. Chemical and microbiological changes in fluid milk as affected by packaging conditions. *Int. Dairy J.* 12: 715–722