

Perbaikan Fisik Kemasan dan Labelisasi Produk Industri Rumah Tangga Pangan (IRTP) di Desa Kalidawir dan Desa Ketapang Sidoarjo

I Putu Artaya^{1*}, Sengguruh Nilowardono², Made Kamisutara³

¹⁻³ Universitas Narotama Surabaya

* putu.artaya@narotama.ac.id

Abstrak

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berlokasi di desa Kalidawir dan desa Ketapang kecamatan Tanggulangin Sidoarjo. Jumlah pelaku industri rumah tangga pangan keseluruhan di dua desa tersebut sebanyak 34 pelaku usaha. Peserta kelompok pertama yang mengikuti kegiatan ini berjumlah enam pelaku usaha, yang produknya adalah produk pangan. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui daring dan tatap muka terbatas. Objek kegiatan adalah proses perubahan atau modernisasi kemasan produk beserta penambahan labelnya. Dari evaluasi kegiatan yang telah dilaksanakan, tingkat ketercapaian untuk proses pendampingan perubahan kemasan adalah 79,70% angka tersebut berada di atas angka 75% yang ditargetkan artinya kontribusi kegiatan perbaikan kemasan mampu merubah sikap pelaku usaha karena tampilan kemasan menjadi lebih baik sehingga nantinya mampu meningkatkan minat beli konsumen, sedangkan tingkat ketercapaian proses labelisasi kemasan angkanya adalah 81,25% yang artinya proses labelisasi memiliki kontribusi bagi peserta kegiatan keseluruhan, sehingga harapan peningkatan minat beli konsumen dengan adanya label di kemasan memiliki peluang untuk mampu meningkatkan nilai tambah dan daya tarik produk bagi konsumen.

Kata Kunci: modernisasi kemasan, labelisasi produk, industri rumah tangga pangan

Pendahuluan

Dalam kehidupan dunia usaha, jenis usaha yang paling sering menghadapi masalah adalah industri rumah tangga pangan (IRTP). Secara realita hal ini dianggap wajar, karena industri rumah tangga pangan memang berada pada strata paling bawah dan dijalankan umumnya dalam keluarga serta dikelola oleh anggota keluarga sendiri. Pada umumnya jenis usaha ini dijalankan oleh keluarga semata untuk memperoleh penghasilan tambahan dan untuk menyambung hidup golongan masyarakat kelas bawah atau masyarakat berpenghasilan rendah. Berbeda dengan jenis usaha lain seperti usaha mikro, usaha kecil dan menengah, industri rumah tangga pangan memang memiliki banyak keterbatasan. Terbatas penjualannya, proses pengelolaan usaha juga terbatas, kemampuan produksi juga terbatas dan strata konsumen atau pembeli hanya golongan tertentu saja. Sehingga jika dilihat dari kegiatan usaha jenis ini dari lingkungannya, memang serba terbatas. Namun mereka masih terbelang beruntung dengan hadirnya koperasi dilingkungan tidak

jauh dari desa mereka sehingga mereka bisa menjadi anggota koperasi khususnya koperasi simpan pinjam. Kehadiran koperasi ini sangat membantu kegiatan usaha mereka, terutama jika membutuhkan kebutuhan dana maka mereka bisa melakukan pinjaman kepada koperasi dengan bunga terjangkau dan dapat diangsur serta tidak membebani usaha mereka. Oleh karena itu sebaiknya semua pelaku industri rumah tangga pangan, seharusnya wajib menjadi anggota koperasi sehingga kebutuhan dana untuk menambah modal mereka dapat diperoleh dengan mudah. Kehadiran koperasi sangat membantu mereka mengembangkan usaha dan tetap bisa bertahan saat pandemi covid 19.

Pemerintah kabupaten Sidoarjo telah sering kali mengadakan pameran yang melibatkan peserta berasal dari UMKM dan industri rumah tangga pangan. Namun industri rumah tangga pangan yang diikuti adalah mereka yang memiliki produk unggulan dan memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi produk berpeluang ekspor. Namun industri rumah tangga pangan dengan produk makanan dan minuman belum dapat menikmati peluang seperti ini, karena mereka masih sangat tradisional dalam proses pembuatan, kemasan bahkan label yang mereka gunakan. Kekuatan produk industri rumah tangga pangan yang awalnya tradisional dapat dirubah menjadi produk berkelas dan mampu menjangkau semua strata sosial konsumen, salah satu cara yang tercepat adalah mengganti atau merubah bentuk atau model kemasan dan merubah label produk menjadi lebih baik sehingga tampak lebih modern, menarik, memikat di mata konsumen (Semariyani et al, 2019). Ini merupakan tugas pemerintah daerah melalui dinas, tugas masyarakat yang mampu dibidang itu, tugas swasta yang peduli, tugas akademisi yang mampu dibidangnya untuk turun bersama-sama membantu, membimbing, mengarahkan, memberi penyuluhan, sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Tanpa peran semua pihak tersebut, maka industri rumah tangga pangan berjalan apa adanya, sulit berkembang dan selalu tertinggal, padahal banyak yang terjadi bahwa produk unggulan awalnya berasal dari produk industri rumah tangga pangan yang pengelolaannya dibantu dalam semua aspek sehingga akhirnya terus berkembang dan maju. Sebagai contoh siapa sangka minuman susu sari kedelai yang demikian sederhana, dianggap kampung, sekarang berubah menjadi modern, karena dikemas dalam bentuk kaleng aluminium foil dan menjadi minuman yang terkenal di seluruh dunia. Untuk dapat menjadi produk berkelas dunia memang sulit dan banyak menghabiskan sumber daya dalam proses pengelolaannya, namun merubah produk industri rumah tangga pangan agar menjadi produk usaha mikro tidak terlalu sulit, jika mampu berubah maka produk industri rumah tangga pangan dapat masuk dan naik kelas menjadi produk mini market, sehingga strata konsumennya lebih meluas dan tidak terbatas (Widyamurti, 2018). Untuk mewujudkan ini diperlukan regulasi, perda dan segala bentuk peraturan dari pemerintah pusat hingga pemerintah daerah, yang bidang kerjanya terkait dengan dunia usaha.

Kecamatan Tanggulangin kabupaten Sidoarjo terdiri dari 19 kelurahan, sekitar 22,8% penduduknya memiliki profesi sebagai pelaku industri rumah tangga pangan dengan angka pertumbuhan per tahun 11,58% (Sidoarjo Dalam Angka, 2021). Tujuan yang ingin diperoleh melalui perubahan kemasan adalah berdasarkan fenomena yang semakin menguat, yakni masyarakat semakin banyak yang sibuk bekerja dan tidak memiliki waktu yang cukup untuk memilih dan memilah berbagai macam barang yang dibutuhkannya, sehingga kebanyakan barang yang mereka pilih hanya dengan cara melihat bagus tidaknya kemasan produk tersebut (Swasty et al, 2019). Namun tujuan yang ingin di dapat bukan

semata-mata hanya itu, tetapi secara khusus ingin memperbaiki tampilan produk sehingga dimata konsumen produk tampak jauh lebih menarik, bagus, memiliki daya pikat sehingga bisa mempengaruhi minat konsumen dalam memilih dan membeli produk, sedangkan secara khusus perubahan atau perbaikan label produk bertujuan agar konsumen bisa mendapatkan informasi yang cukup dari produk yang dibelinya, informasi tersebut bersumber dari tulisan yang ada pada label produk sesuai yang dijabarkan oleh Nursidiq & Iftayani (2020), karena konsumen juga memiliki hak untuk melindungi dan dilindungi, proses ini akan terpenuhi apabila setiap produk rumahan yang dibuat dan dipasarkan secara umum memiliki berbagai informasi penting dan berguna pada label mereka, karena informasi yang tertera pada label menjadi media komunikasi tidak langsung dan penting bagi setiap produsen kepada konsumen yang dilayaninya.

Untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat saat ini, maka tim PKM kami memilih lokasi di dua desa yaitu Kapatang (18 pelaku industri rumah tangga pangan) dan Kalidawir (16 pelaku industri rumah tangga pangan), kegiatan ini untuk memotivasi pelaku industri rumah tangga pangan lain agar mau berubah, berbenah, tampil lebih baik, agar ke depan usaha mereka dapat berkembang dan lebih maju seperti usaha lain yang sudah maju dan dulunya mereka rata-rata berasal dari kegiatan industri rumah tangga pangan.

Konsumen berminat memilih dan memutuskan untuk membeli sebuah produk yang disukainya didasarkan beberapa hal yang langsung dapat dirasakan melalui pandangan mata ketika konsumen menjumpai produk tersebut, sebagian besar daya pikat produk terletak pada bentuk kemasan dan daya pikat labelnya (Apriyanti, 2018). Jika konsumen menyukai isinya dan merasa produk tersebut paling tepat bagi dirinya, dan terus membelinya, maka ini disebut sebagai pelanggan (Yuyun & Gunarsa, 2011).

Berdasarkan dua pernyataan tersebut di atas, maka untuk menciptakan nilai tambah dan nilai jual produk, tidak ada solusi lain yang dapat dilakukan, yang hanya dapat dilakukan perbaikan kemasan sebaik mungkin dan melengkapi kemasan tersebut dengan label yang berguna bagi konsumen ketika ingin mengetahui produk tersebut lebih dalam (Lidyasuwanti et al, 2017). Beberapa produk yang dianggap memiliki nilai jual cukup bagus, perlu pembenahan pada bagian yang mudah dan tidak membutuhkan biaya yang terlalu besar. Produk umumnya sudah memiliki pasar yang baik namun masih bersifat lokal, hanya area sekitar. Jika dibenahi lebih lanjut dengan model kemasan yang memadai dan mampu membuat konsumen puas dan senang, maka otomatis produk lebih disukai oleh konsumen, lebih diterima, lebih diakui, dan dianggap lebih bagus dari yang lainnya. Kondisi seperti ini perlahan akan mampu meningkatkan penjualan. Mengapa penjualan dapat meningkat, faktor utama penyebab adalah meningkatkannya minat beli konsumen dan menyebabkan permintaan juga ikut meningkat. Dari seluruh pelaku industri rumah tangga pangan di kecamatan Tanggulangin, dari semua jenis dan ragam produk yang dihasilkan, hampir 45% dikuasai produk makanan dan minuman serta produk tradisional lainnya seperti produk herbal dan jamu tradisional. Oleh karena itu, memasuki era society 5.0 perbaikan segala aspek industri rumah tangga pangan sekarang perlahan dilakukan karena perkembangan teknologi sudah semakin baik, segala hal menjadi lebih dimudahkan dalam melakukan kegiatan, karena ditunjang perkembangan teknologi komunikasi lebih bagus dan lebih cepat. Melalui tulisannya, Trisanti (2020) menjelaskan kegiatan wirausaha di era society 5.0 ini sebenarnya akan menjadi gebrakan terbaru dan tentunya sangat memudahkan para pelaku usaha untuk menjalankan usahanya jika

memang teknologi yang digunakan memadai dan tentunya siap untuk digunakan dengan baik. Namun saat ini kondisi belum mendukung sepenuhnya karena negara kita masih termasuk negara berkembang.

Tujuan utama dari kegiatan pendampingan modernisasi kemasan dan label untuk industri rumah tangga pangan sebenarnya banyak yang ingin dicapai, namun kita sesuaikan dengan kemampuan dan motivasi mereka secara fleksibel, antara lain adalah:

1. Pemilik industri rumah tangga pangan harus menyadari dan memahami, dengan kemasan yang baik merupakan salah satu bentuk perlindungan kepada konsumen.
2. Penggunaan kemasan dan label yang lebih baik mampu meningkatkan kepercayaan konsumen.
3. Upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat dapat dilakukan melalui membaca dan memahami label pangan yang tercantum pada kemasan pangan (BPOM, 2020).
4. Melalui label yang tercantum pada kemasan, pembeli dapat memperoleh informasi yang benar dan tidak menyesatkan sebelum proses pembelian dilakukan.
5. Menggunakan label dengan baik dan benar, beserta informasi penting yang terkandung, merupakan tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen/masyarakat.
6. Kelayakan konsumsi produk menjadi lebih jelas.
7. Label merupakan salah satu media yang dapat dijadikan dasar legalitas produk.
8. Melindungi konsumen dengan cara menggunakan jenis kemasan yang aman dan layak.
9. Setiap produk pangan olahan yang diedarkan kepada masyarakat/konsumen harus berisi informasi tentang identitas produsen, keamanan bahan, jenis bahan, tanggal kadaluarsa, dan informasi penting lain yang diperlukan.

Metode Pelaksanaan

Proses pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, dilakukan melalui beberapa tahap. Lokasi kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di dua desa yaitu desa Kalidawir dan desa Ketapang, kedua desa tersebut berada di kecamatan Tanggulangin Sidoarjo. Di desa Kalidawir terdapat 16 industri rumah tangga pangan, dan di desa Ketapang terdapat 18 industri rumah tangga pangan. Tahapan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah:

Sosialisasi kegiatan

Ini merupakan langkah paling awal yang dilakukan tim PKM dengan mengadakan komunikasi dan koordinasi dengan pihak terkait antara lain pihak kelurahan di dua desa tersebut, tujuannya untuk mendapatkan gambaran, informasi dan data, sebelum mengunjungi pemilik usaha industri rumah tangga pangan yang akan dijadikan peserta. Dalam kesempatan tersebut, tim PKM kami juga mengundang perwakilan digital printing, sebagai pihak ketiga yang memberi dukungan pada kegiatan ini.

Peserta kegiatan

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, berlokasi di dua desa yakni desa Kalidawir dan desa Ketapang Tanggulangin Sidoarjo, untuk tahap awal ada enam peserta kegiatan yakni 4 (empat) pelaku industri rumah tangga pangan dari desa Kalidawir dan 2 (dua) pelaku industri rumah tangga pangan dari desa Ketapang. Untuk peserta lainnya akan dilanjut pada program kegiatan berikutnya, tujuannya agar tim PKM fokus menangani kegiatan. Total populasi pelaku industri rumah tangga pangan di dua desa tersebut sebanyak 34 pelaku usaha, sebuah jumlah yang sangat banyak bagi tim kami, oleh karena itu program dilaksanakan secara bertahap dan bergiliran, kelompok demi kelompok.

Pelaksanaan kegiatan

Pada tahap ini, di sampaikan kegiatan pemaparan tentang pentingnya tujuan pembaruan kemasan dan label bagi pelaku industri rumah tangga pangan untuk usaha mereka. Tujuan yang ingin dicapai adalah meningkatkan minat beli konsumen pada pasar yang lebih luas. Kegiatan pendahuluan berupa pengenalan bentuk kemasan dan label dilakukan melalui zoom meeting. Setelah itu dilanjut pada jadwal berikutnya dalam bentuk kunjungan rumah ke lokasi industri rumah tangga pangan. Kegiatan ini merupakan bentuk kunjungan lapangan dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Melalui kunjungan ini maka tim PKM akan mendapat gambaran langsung mengenai wujud produk yang akan ditangani. Peserta PKM diperkenalkan dengan berbagai bentuk model kemasan dan berbagai bentuk desain label yang nantinya akan mereka pilih untuk produk mereka. Tahap akhir kegiatan PKM berbentuk membuat display yakni produk milik mereka diganti menggunakan kemasan yang telah mereka pilih, kemudian kemasan tersebut diberi label sesuai desain yang mereka pilih. Setelah selesai diperlihatkan kepada mereka, sehingga mereka tahu bagaimana bentuk produk mereka setelah kemasannya dirumah dan telah diberi label. Pada tahap ini terjadi diskusi dengan pemilik usaha, jika ada bagian tertentu bentuk label yang harus dirubah atau diperbaiki karena dirasa kurang tepat oleh pemilik usaha. Setelah semua selesai, barulah desain label yang telah diperbaiki akan difinalisasi, kemudian diserahkan kepada usaha digital printing untuk dicetak dengan ukuran label disesuaikan dengan selesa dan keinginan pemilik usaha.

Evaluasi kegiatan

Pada tahap akhir kegiatan, seluruh desain label yang telah diselesaikan oleh tim PKM akan disebar kepada 34 pelaku industri rumah tangga pangan agar mereka berpartisipasi ikut memberikan penilaian. Pada tahap ini semua peserta bebas memberikan masukan melalui angket untuk kemudian dijadikan dasar dalam mengukur tingkat ketercapaian hasil kegiatan. Sehingga saat pelaksanaan program kegiatan berikutnya, segala kekurangan yang ada akan diperbaiki oleh tim PKM sebaik mungkin. Dengan demikian kegiatan pada tahap berikutnya diharapkan dapat berjalan dengan lebih baik untuk sebagian peserta berikutnya.

Hasil dan Pembahasan

Profil Desa Kalidawir dan Desa Ketapang

Penduduk yang tinggal di desa Kalidawir dan desa Ketapang kecamatan Tanggulangin hampir memiliki profesi yang sama. Sebagian besar adalah petani dan berdasarkan informasi yang kami lihat di kantor kelurahan masing-masing, di desa kalidawir dari 100% penduduknya, 22,6% adalah pelaku industri rumah tangga pangan, sedangkan di desa Ketapang dari 100% penduduknya, 31,4% adalah pelaku industri rumah tangga pangan. Produk industri rumah tangga pangan ini pasarnya adalah sekitar kota Sidoarjo saja, karena sebagian besar dari mereka memproduksi produk pangan berupa makanan dan minuman. Dimana pekerjaan sebagai industri rumah tangga pangan dikerjakan oleh anggota keluarga sendiri, walaupun ada satu-dua pelaku industri rumah tangga pangan mempekerjakan tenaga yang bukan keluarga. Mereka memiliki tenaga yang terbatas dan modal juga terbatas. Namun sebagian besar dari mereka adalah anggota aktif koperasi, sehingga urusan dan kebutuhan modal jangka pendek masih dapat mereka penuhi dengan baik dan tanpa kendala.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan yang dilakukan oleh tim PKM terhadap peserta adalah proses penggantian kemasan produk dan penambahan label pada kemasan produk industri rumah tangga pangan. Sehingga terjadilah perubahan bentuk kemasan yang lebih baik dan penambahan label akan membuat produk tampil lebih etis dan bertanggung jawab terhadap kehadiran konsumen. Kemasan yang digunakan adalah kontainer plastik yang sering disebut microwave safe. Kemasan ini tahan panas hingga 160%, anti kontaminasi, fleksibel dan ringan, tutup kemasan bersifat kedap dan tidak mudah bocor jika digunakan untuk mengemas makanan atau minuman, sehingga jauh lebih menguntungkan digunakan untuk kemasan industri rumah tangga pangan. Selain itu harga kemasan jenis ini lebih terjangkau bagi industri rumah tangga pangan. Dengan menggunakan kemasan jenis ini jelas menguntungkan dari segi keamanan produk ketika dikemas. Kemasan lama bentuknya adalah kantung plastik yang ujungnya hanya diikat karet, kemasan plastik jelas tidak baik bagi produk yang kondisinya panas, mudah terkontaminasi, mudah bocor, dan jelas kurang etis, kurang memiliki estetika dan tidak ergonomis bagi konsumen. Sebagian besar industri rumah tangga pangan menggunakan jenis kemasan plastik tersebut dan untuk dapat meningkatkan nilai tambah produk dan usaha mereka, maka mereka harus berani berbenah untuk tampil lebih baik di mata konsumen sehingga konsumen lebih yakin dan percaya terhadap produk mereka. Karena bagaimanapun, konsumen lebih suka dengan kemasan yang cenderung lebih aman, kuat, memiliki daya tarik dan estetika ketika mereka melihat dan membeli produk. mengingat pelaku usaha di daerah lain yang setara atau sejenis dengan di kecamatan Tanggulangin perlahan dan berangsur juga melakukan beberapa pembenahan pada kemasan produk mereka. Menyempurnakan bentuk kemasan dan penambahan label yang berisi atau mencantumkan beberapa informasi penting bagi konsumen sudah sedemikian rupa diatur dalam peraturan dan undang-undang produk dan label pangan oleh dinas atau instansi terkait, tujuannya agar produk industri rumah tangga pangan, semakin tampil lebih baik dan bertanggung jawab kepada konsumennya.

Bagaimanapun setiap pelaku usaha rumahan atau usaha kecil skala apapun harus segera berbenah, karena pelaku usaha lain juga gencar dalam melakukan pembenahan terhadap produk, proses dan manajemen kelola usaha mereka. Jika pelaku usaha di desa Kalidawir dan Desa Ketapang tidak mengikuti trend dan keinginan konsumen yang cenderung lebih selektif maka dikawatirkan produk usaha rumahan di kedua desa tersebut semakin tertinggal karena dianggap kurang kompetitif oleh pelanggan mereka sendiri.



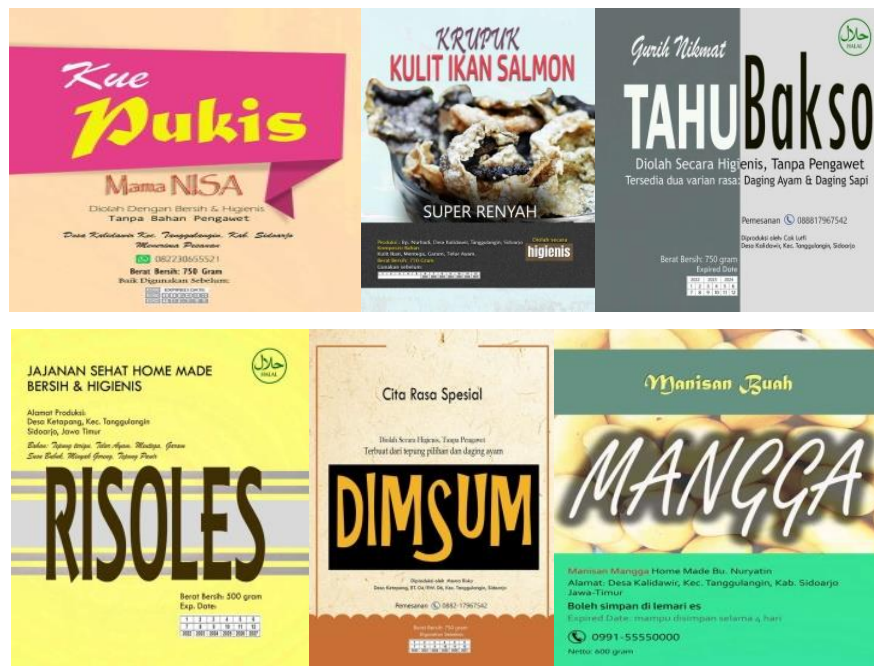
Gambar 1. Sosialisasi pada pertemuan awal dengan pelaku industri rumah tangga pangan mengenai manfaat pembaharuan kemasan dan labelisasi produk.



Gambar 2. Bentuk kemasan tradisional yang masih umum digunakan oleh industri rumah tangga pangan di desa Kalidawir dan desa Ketapang

Dengan menggunakan kemasan jenis microwave safe, dapat memberikan nilai tambah dan nilai jual yang lebih baik, meningkatkan keamanan dan kepuasan konsumen. Terjadinya perubahan bentuk kemasan sudah pasti memberikan peluang dalam meningkatkan minat beli konsumen dibandingkan ketika masih menggunakan kemasan model lama.

Proses perbaikan kemasan pada pelaku industri rumah tangga pangan, dilakukan dengan cara mengambil satu produk milik mereka, kemudian produk tersebut diganti kemasannya menggunakan *microwave safe* yang telah disiapkan, kemudian label kemasan yang telah selesai dikerjakan selanjutnya dicetak dan ditempel pada tutup kemasan. Tampilan produk yang telah berubah seperti itu difoto dan dikirim kepada pemilik usaha untuk mendapat tanggapan, bila masih ada kekurangan atau ketidaksesuaian maka oleh tim PKM akan dilakukan perubahan sesuai permintaan. Setelah mengalami perbaikan, maka softcopy label diserahkan kepada pemilik usaha, selanjutnya pemilik usaha menyerahkannya kepada pihak digital printing untuk dicetak sesuai kebutuhan. Tipe label yang digunakan adalah *vynil roll sticker waterproof* yang tidak mudah buram atau rusak. Berikut ditampilkan label kemasan hasil karya tim PKM, di bawah ini:



Gambar 3. Berbagai bentuk label produk industri rumah tangga pangan yang didesain oleh tim PKM

Proses perubahan atau perbaikan label merupakan satu kesatuan dengan perubahan kemasan. Jika kemasan produk sudah bagus dan layak maka proses perbaikan yang dilakukan hanya melengkapi dengan label saja. Jika kemasan menggunakan kantong plastik maka sangat tidak memungkinkan jika kemasan plastik tersebut diberi label, karena nilai tambah produk tetap tidak akan muncul. Karena plastik merupakan kemasan yang kurang layak digunakan. Disisi lain kantong plastik bukan merupakan kemasan yang ramah lingkungan dan tidak dapat didaur ulang. Sehingga untuk menyempurnakan bentuk kemasan produk industri rumah tangga pangan, hanya ada satu alternatif yakni menggunakan kemasan *microwave safe* yang telah direkomendasikan banyak pihak karena dapat didaur ulang.

Keuntungan penggunaan label bagi produk industri rumah tangga pangan ke depan adalah jika mereka kelak mengurus sertifikasi P-IRT (produk-industri rumah tangga) ke dinas kesehatan maka kode P-IRT yang mereka miliki dapat dicantumkan pada label kemasan produk yang sudah dimiliki, caranya label kemasan yang disimpan di tempat percetakan digital printing, di edit kemudian kode P-IRT dicantumkan pada label tersebut.

Dengan memiliki sertifikat P-IRT maka salah satu legalitas produk telah dimiliki oleh pelaku usaha.

Outcome atau luaran yang dapat dirasakan bagi pemilik usaha atau produsen atau industri rumah tangga pangan (IRTP) dengan adanya perubahan bahan, bentuk, dan model kemasan serta labelisasi pada kemasan adalah, antara lain:

1. Pelaku usaha produk pangan dapat mengetahui arti penting kemasan yang layak dan pentingnya labelisasi demi kegiatan atau upaya perlindungan terhadap konsumen.
2. Sebagai bagian dari gerakan sadar atas anjuran, kewajiban, dan kepatuhan terhadap segala bentuk peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah mengenai kewajiban penggunaan kemasan dan label khusus bagi produk pangan.
3. Pelaku usaha produk pangan harus sadar dan paham akan arti penting mengenai proses higiene (pemeliharaan, perbaikan atau pembaruan) kemasan yang aman.
4. Perbaikan kemasan dan proses labelisasi akan meningkatkan kepercayaan konsumen atau pelanggan terhadap kualitas produk pangan yang diedarkan atau dijual kepada masyarakat umum.
5. Dapat memberikan nilai tambah yang baik bagi pelaku industri rumah tangga pangan ketika memasarkan produknya secara online.

Tampilan akhir produk setelah perubahan kemasan dan labelisasi, nampak seperti gambar 4 berikut ini dan produk yang ditampilkan hanya sebagian saja:



Gambar 3. Bentuk produk setelah mengalami perubahan kemasan dan penambahan label, produk industri rumah tangga pangan Tanggulangin Sidoarjo

Jika dilihat dari bentuk kemasan yang baru beserta tambahan labelnya, sangat terlihat jauh perbedaan antara produk lama dengan yang baru tersebut, namun yang jelas sekarang produk tampil lebih menarik, lebih memikat, dan mampu menarik minat beli konsumen karena produk nampak lebih higienis, lebih bersih, lebih meyakinkan dan mampu menumbuhkan rasa percaya konsumen serta meningkatkan nilai tambah produk.

Evaluasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Dengan menggunakan post-test tim PKM dapat mengetahui seberapa besar tingkat pemahaman, perubahan sikap, dan pengetahuan yang diperoleh melalui kegiatan ini. Sehingga dalam kegiatan berikutnya untuk peserta yang lain akan diketahui tingkat motivasi dan kondisi yang sebenarnya dari pelaku industri rumah tangga pangan di dua desa tersebut. Proses evaluasi sangat perlu diakhir kegiatan dan atau dalam jangka waktu tertentu setelah kegiatan berakhir untuk mengetahui secara pasti mengenai ada tidaknya kekurangan yang mungkin dirasakan ketika produk mendapatkan masukan dari pelanggan yang selama ini menjadi konsumen terhadap produk pangan dari industri rumahan. Dengan demikian dapat dilakukan perbaikan, pembenahan, perubahan, penyesuaian seperlunya baik pada kemasan produknya atau juga pada bentuk labelisasinya. Karena dalam jangka panjang, label produk nantinya wajib mencantumkan kode P-IRT (produk industri rumah tangga) yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan di kota setempat untuk menjamin bahwa proses produksi, peralatan yang digunakan dan proses pengemasan terbukti memang layak dan aman bagi kepentingan konsumen produk tersebut, sehingga dapat dihindarkan adanya segala sesuatu yang tidak diinginkan jika produk tersebut dikonsumsi oleh masyarakat secara luas.

Tabel 1. Proses indikasi ketercapaian kegiatan pendampingan tentang kemasan produk industri rumah tangga pangan di desa Kalidawir dan Ketapang, Tanggulangin Sidoarjo

Indikator	Tingkat Pemahaman IRTP Tentang Manfaat Perubahan Kemasan dan Label			Jumlah IRTP Seluruhnya
	Sesuai	Kurang Sesuai	Tidak Sesuai	
KEMASAN PRODUK:				
1. Lebih bagus	22	8	4	34 Orang
2. Lebih kuat/aman	29	2	3	
3. Terjangkau biayanya	31	3	0	
4. Punya nilai tambah	28	4	2	
5. Meningkatkan mutu	20	5	9	
6. Bersifat fleksibel	32	2	0	
7. Tidak mudah kontaminasi	26	6	2	
8. Disukai konsumen	30	2	2	
9. Meningkatkan harga jual	24	8	2	
10. Memiliki keunggulan	29	5	0	
Jumlah rata-rata jawaban	27,10	[27.10/34]=79,70%		

Sumber: Data analisis.

Dari hasil perhitungan di atas pada tabel 1 kelihatan angka indikator menunjukkan nilai 79,70%. Maknanya dapat dijelaskan bahwa dari 100% peserta, hampir 80% menyatakan rasa puasnya karena kesesuaian materi dan implementasi dalam pelatihan mampu memberikan manfaat sesuai yang mereka harapkan. Dengan demikian, kegiatan ini dapat dianggap memberikan nilai atau kontribusi bagi kegiatan usaha mereka secara nyata.

Sehingga hasil kegiatan ini mampu memberikan perubahan suasana dan perkembangan yang baik untuk kemasan.

Tabel 2. Proses indikasi ketercapaian kegiatan pendampingan tentang Label pada kemasan produk industri rumah tangga pangan di desa Kalidawir dan Ketapang, Tanggulangin Sidoarjo

Indikator	Tingkat Pemahaman IRTP Tentang Manfaat Perubahan Kemasan dan Label			Jumlah IRTP Seluruhnya
	Sesuai	Kurang Sesuai	Tidak Sesuai	
LABEL PADA KEMASAN:				
1. Produk lebih menarik	30	3	1	34 Orang
2. Produk lebih layak	26	6	2	
3. Disukai konsumen	29	1	4	
4. Memiliki nilai tambah	27	5	2	
5. Meningkatkan nilai tambah	28	3	3	
6. Menambah daya guna	26	8	0	
7. Meningkatkan harga jual	27	6	1	
8. Meningkatkan motivasi	28	4	2	
Jumlah rata-rata jawaban	27,62	[27,62/34]=81,25%		

Sumber: Data Analisis.

Untuk mengukur tingkat ketercapaian kegiatan maka tim PKM menggunakan model post-test dengan menggunakan kaidah keputusan sebagai berikut:

1. Jika indikator ketercapaian nilainya berada di atas 75% maka peserta pendampingan dianggap mampu memahami pentingnya perubahan kemasan dan label dalam upaya meningkatkan minat beli konsumen, sehingga kegiatan keseluruhan dianggap berhasil mencapai sasaran.
2. Jika indikator ketercapaian nilainya berada di bawah 75% maka peserta pendampingan dianggap belum mampu memahami pentingnya perubahan kemasan dan label dalam upaya meningkatkan minat beli konsumen, sehingga kegiatan keseluruhan dianggap belum berhasil mencapai sasaran.

Dari tampilan tabel 1 di atas menunjukkan, tingkat ketercapaian modernisasi atau perubahan kemasan produk sebesar 79.70% maka peserta pendampingan dianggap mampu memahami pentingnya perubahan kemasan dan label dalam upaya meningkatkan minat beli konsumen, sehingga kegiatan keseluruhan dianggap berhasil mencapai sasaran. Sedangkan tingkat ketercapaian kegiatan untuk labelisasi kemasan sebesar 81,25% berarti kegiatan penambahan label atau labelisasi pada kemasan produk dianggap sangat memenuhi harapan peserta, dan berhasil mencapai sasaran yang diinginkan oleh tim PKM. Nilai indikator ketercapaian untuk label lebih tinggi dibanding indeks ketercapaian kegiatan perubahan atau modernisasi kemasan, ini artinya kegiatan labelisasi kemasan produk dianggap jauh lebih bermakna dan penting oleh peserta dibandingkan kegiatan perubahan atau modernisasi kemasan. Berarti dengan adanya kegiatan labelisasi kemasan produk akan banyak manfaat yang bisa dirasakan oleh pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usaha baik untuk saat ini maupun ke depan.

Kesimpulan

Melalui kegiatan modernisasi atau perubahan kemasan menggunakan *microwave safe* dan kegiatan labelisasi atau penambahan label pada kemasan produk menggunakan *vinyl roll sticker waterproof* maka diharapkan ada perubahan ke arah lebih baik bagi pelaku industri rumah tangga pangan dalam mengelola dan menjalankan kegiatan usahanya. Dengan tampilan produk menggunakan kemasan yang lebih baik dan penambahan label diharapkan produk memiliki nilai tambah dan penampilan saat dipasarkan sehingga mampu meningkatkan daya tarik dan minat beli konsumen. Kegiatan PKM ini diharapkan mampu lebih memotivasi pelaku industri rumah tangga pangan lainnya untuk mengikuti program pendampingan pada rencana kegiatan PKM berikutnya di lingkungan desa kalidawir dan desa Ketapang, kecamatan Tanggulangin Sidoarjo Jawa Timur.

Kegiatan pendampingan berikutnya bagi peserta yang telah selesai mengikuti pendampingan modernisasi kemasan dan labelisasi kemasan produk adalah kegiatan pendampingan pengajuan dan pengurusan sertifikasi P-IRT ke dinas kesehatan di kota Sidoarjo. Ini merupakan kegiatan lanjutan bagi peserta kelompok pertama yang telah selesai mengikuti kegiatan. Program kegiatan PKM ini ada relevansinya dengan program dari pemerintah kota Sidoarjo yaitu dalam sepuluh tahun ke depan sedang gencar-gencarnya melaksanakan kegiatan industri rumah tangga pangan naik kelas menuju ke usaha mikro, dan usaha kecil menengah.

Ucapan Terimakasih

Dalam kesempatan ini tim PKM mengucapkan terima kasih kepada pejabat LPPM yang telah memberikan dorongan, bantuan dan penugasan kegiatan PKM sampai dengan selesai, serta terima kasih kepada peserta industri rumah tangga pangan yang bersedia bekerja sama dengan baik selama kegiatan berlangsung.

Referensi

- Anggriani, D. (2019). Pengaruh Merek (Brand), Kemasan (Packaging) dan Harga (Price) Terhadap Keputusan Pembelian Selai Buah Homemade Marwah di Medan. *JUMANT*, 11(2), 1-12.
- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya kemasan terhadap penjualan produk perusahaan. *Sosio e-kons*, 10(1), 20-27.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan, (2020). Pedoman Label Pangan Olahan, Retrieved from: <https://pom.go.id/new/>. Diakses tanggal 11 September 2021
- Fahmi, I. A., Abubakar, R., Idealisti, I., Sidik, M., Paridawati, I., & Nugroho, A. A. (2020). Penyuluhan Pengemasan, Pelabelan dan Strategi Pemasaran Serundeng Laos. *Altifani Journal: International Journal of Community Engagement*, 1(1), 10-14.
- Julianti, S. (2014). *The art of packaging: Mengenal metode, teknik, & strategi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 7(1), 90-99.

- Lidyasuwanti, A., Rinuastuti, H., & Furkan, L. M. (2017). Pengaruh kemasan, brand image dan brand trust terhadap minat beli konsumen pada produk pancake durian sharie radjanya di Kota Mataram. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Matara*.
- Mundzir, A., Riorini, S. V., Indarti, S. L., Chanifah, S., Yulistiyono, A., Mayrati, S., ... & Sulfata, M. A. (2021). *Peningkatan Ekonomi Masyarakat menuju Era Society 5.0 Ditengah Pandemi Covid-19*. Penerbit Insania.
- Nugrahani, R. (2015). Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm. *Imajinasi: Jurnal Seni*, 9(2), 127-136.
- Nursidiq, C., & Iftayani, I. (2020). Pelatihan Packaging dan Pendampingan Pemasaran Online bagi UMKM Yangko Anindita Purworejo. *Proceeding of The URECOL*, 99-104.
- Puryantoro, P. (2018). PKM Desain Labelling Kemasan Kerupuk Ikan Pada Industri Kecil Menengah di Desa Pesisir Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo. *Warta Pengabdian*, 12(1), 233-238.
- Ratniasih, N. L., Nugraha, D. H., & Vishnu, I. G. A. A. U. (2021). Pelatihan Pengemasan dan Pemberian Label Kemasan Pada IRT Olahan Masakan Cumi. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 3(3), 1-7.
- Semariyani, A. M., Sudiarta, I. W., Rudianta, I. N., Candra, I. P., Mangku, I. G. P., Suriati, L., & Singapurwa, N. M. A. S. (2019). Pengemasan dan Strategi Pemasaran Produk Pangan di Desa Sulangai. *Community Service Journal (CSJ)*, 2(1), 23-28.
- Sidoarjo Dalam Angka, (2021), Pertumbuhan sektor perdagangan dan usaha mikro kecil (UKM), 25-01-2021, diakses melalui <https://sidoarjokab.bps.go.id/>, tanggal 12 September 2021.
- Swasty, W., Rahman, Y., & Fadilla, A. N. (2019). Pelatihan Kemasan Produk Kuliner Yang Persuasif Bagi Koperasi dan UKM Kabupaten Bandung. *Charity*, 2(1).
- Trisanti, M., (2020). Wirausaha di Era Society 5.0. 20 Desember 2020. Diakses melalui: <https://www.duniakampus40.net/2020/12/wirausaha-di-era-society-50.html>. Tanggal 08 September 2021.
- Widyamurti, N. (2018). Pemasaran Pariwisata Melalui Kemasan Produk UKM Standing Pouch Berbahan Paper Metal di Era Ekonomi Kreatif. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 1(1).
- Yuyun, A., & Gunarsa, D. (2011). *Cerdas Mengemas Produk Makanan & Minuman*. AgroMedia.