

KEMASAN PRODUK SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN KERUPUK RAMBAK “MIRASA” DI DESA DUKUHTURI, KEC. BUMIAYU, KAB. BREBES

Sulistiyandari¹⁾ Ekaningtyas Widiastuti²⁾ Suci Indriati³⁾

^{1) 2) 3)} Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsoed
Jl. Prof. Dr. H.R. Boenyamin No.708 Grendeng Purwokerto 53122
E-mail: sulistiyandari.yan@gmail.com

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Masyarakat kali ini dilakukan di salah satu jenis UMKM yaitu Usaha Kerupuk Rambak “Mirasa” Desa Dukuhturi, Kecamatan Bumiayu, Kabupaten Brebes. Kegiatan pengabdian yang dilakukan kali ini berupa penyuluhan dan pendampingan usaha, mengingat usaha ini merupakan salah satu usaha yang memiliki potensi cukup bagus baik karena memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi, merupakan produk khas dari suatu daerah dan kemampuannya dalam membantu peningkatan pendapatan masyarakat. Kegiatan produksi yang dilakukan masih tergolong sederhana dan dari aspek pemasaran pun masih sangat sederhana. Produk dikemas dengan cara kuno yaitu hanya menggunakan kemasan plastik yang distaples dan belum menggunakan label serta kardus biasa dengan label fotokopi. Sepanjang kegiatan berjalan, mitra mendapatkan penyuluhan dan pendampingan usaha dari Tim. Mitra juga telah berhasil memperpanjang izin usaha PIRTnya untuk lima tahun ke depan dan telah membuat label merek yang baru yang dapat menambah nilai jual produknya. Kemasan juga sudah tidak lagi menggunakan staples biasa tetapi sudah menggunakan sealer untuk mengemas produknya. Kegiatan ini semoga dapat memberikan manfaat bagi mitra dalam mengembangkan usahanya.

Kata Kunci : *UMKM, Kerupuk Rambak, Kulit Kerbau, Pemasaran, Kemasan.*

Abstract

Community Service Activities this time was conducted in one type of SMEs namely Rambak Kerupuk "Mirasa" Dukuhturi Village, Bumiayu District, Brebes Regency. This dedication activity is in the form of counseling and business assistance, considering that this business is one of the business that has good potential good because it has high economic value, is a typical product of a region and its ability to help increase people's income. Production activities are still relatively simple and the marketing aspect is very simple. The product is packed in an old fashioned way using only plastic containers that are stapled and have not used labels and ordinary cardboard with photocopy labels. Throughout the activity, the partners get counseling and business assistance from the Team. Partners have also successfully extended their PIRT business licenses for the next five years and have created new brand labels that can add value to their products. Packaging also no longer use ordinary staples but already using a sealer to package the product. This activity hopefully can provide benefits for partners in developing their business.

Keywords : *SMEs, Rambak Crackers, Buffalo Leather, Marketing, Packaging.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah, tidak terkecuali di Indonesia. Peranan UMKM di Indonesia dalam menopang perekonomian di Indonesia cukup signifikan. Pada pasca krisis tahun 1997 di Indonesia, UMKM dapat membuktikan bahwa sektor ini dapat menjadi tumpuan bagi perekonomian nasional. Hal ini dikarenakan UMKM mampu bertahan dibandingkan dengan usaha besar lainnya yang cenderung mengalami keterpurukan pasca krisis.

Jumlah UMKM juga terus meningkat dari tahun ke tahun. Usaha skala mikro, kecil dan menengah (UMKM) di negara berkembang hampir selalu merupakan kegiatan ekonomi yang terbesar dalam jumlah dan kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja. Di Provinsi Jawa Tengah misalnya, jumlah UMKM dari tahun ke tahun juga meningkat. Tahun 2011 jumlah UMKM sebanyak 70.222 unit, sedangkan pada tahun 2012 meningkat menjadi sebanyak 80.583 UMKM. Jumlah ini kemudian meningkat lagi menjadi 90.339 UMKM pada tahun 2013, dan di tahun 2014 menjadi 99.681 UMKM. Pada triwulan kedua jumlah UMKM di Jawa Tengah tercatat sebanyak 101.568 UMKM, naik sebesar 5,48% dibandingkan tahun 2014. Hal tersebut menunjukkan bahwa sektor ini memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan. Sehingga perannya diharapkan dapat menciptakan kesejahteraan kepada masyarakat Indonesia.

Salah satu UMKM yang memiliki prospek bagus dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Indonesia adalah UMKM di bidang makanan dan minuman. Hal ini sejalan dengan informasi yang disampaikan oleh Dirjen Industri Kecil dan Menengah Kementerian Perindustrian Euis Saedah bahwa prospek bisnis usaha kecil masih sangat bagus, mengingat jumlah penduduk di Indonesia sangat besar, sekitar 250 juta jiwa. Namun demikian, pelaku usaha di sektor makanan ringan, sedang bersaing ketat dengan sesama pelaku usaha lokal maupun dengan produk impor, baik itu legal maupun ilegal, dari China, Malaysia, Thailand, atau Jepang,

Untuk itu, perlu peningkatan daya saing yang salah satunya dengan sistem *quality, cost, and delivery*. Pelaku usaha industri kecil menengah di sektor pangan juga harus memenuhi berbagai ketentuan, terutama yang menyangkut keamanan pangan seperti pencantuman nama produk, nama perusahaan, berat bersih, tanggal kadaluarsa, komposisi dan kandungan nutrisi, Standar Nasional Indonesia atau SNI, *hazard analytical critical control point* (HACCP), dan tanda halal bagi yang sudah memenuhinya (Saedah, 2013).

Syarat-syarat tersebut diatas seringkali diabaikan oleh para pelaku usaha. Selain itu, untuk mencapai keberhasilan usaha, peran kemasan juga menentukan. Kemasan bukan hanya bahan pembungkus, tapi sarana komunikasi dan informasi tentang produk tersebut kepada konsumen. Apabila disepelekan, maka kita tidak bisa bersaing dengan produk impor yang kemasannya lebih baik (Saedah, 2013). Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Levit dalam Kotler (2000), bahwa persaingan sekarang ini umumnya terjadi pada tingkat produk tambahan, seperti tambahan jasa dan manfaat yang dapat membedakan produk kita dari produk pesaing.

Kemasan produk merupakan salah satu unsur penting yang mempengaruhi banyaknya permintaan konsumen dan banyaknya penjualan terhadap produk UMKM. Namun, banyak para pengusaha diluar sana yang berpikir bahwa kualitas sebuah produk serta bagaimana cara pemasaran produk tersebut jauh lebih penting untuk meningkatkan penjualan jika dibandingkan dengan fokus pada kemasan produk. Wiguna (2007) dalam penelitiannya menemukan bahwa kemasan berpengaruh terhadap keputusan membeli pada produk jajan di Kota Gresik. Ini menunjukkan salah satu bukti bahwa kemasan merupakan hal penting yang dapat meningkatkan penjualan dan keberhasilan usaha.

Salah satu UMKM yang masih mengalami kendala dalam pengelolaan usahanya dan proses pemasarannya termasuk aspek kemasan produk adalah Usaha Kerupuk Rambak "Mirasa" yang merupakan salah satu UMKM yang memproduksi makanan ringan khas Bumiayu Kabupaten Brebes yang sudah cukup lama berdiri, kurang lebih 60 tahun. Usaha ini merupakan usaha turun temurun yang dijalankan dengan cara yang masih sangat tradisional baik produksi maupun pemasarannya.

Produk akhir dari usaha ini dikemas dalam bentuk yang masih sangat sederhana, yaitu menggunakan plastik yang distaples tanpa label dan kardus yang ditempel kertas label fotokopi di atasnya. Hal ini berbeda dengan pesaing terdekatnya yang relatif sudah lebih maju dalam aspek produksi maupun pemasarannya (kemasan dan penjualan). Dari latar belakang inilah, kami tim pengusul menyadari pentingnya kegiatan pendampingan dan penyuluhan bagi usaha ini sehingga dapat memberikan manfaat bagi perkembangan usahanya di masa yang akan datang.

A. Identifikasi masalah

Permasalahan yang dihadapi mitra saat ini adalah:

1. Peralatan dan teknologi yang digunakan dalam proses pengemasan produk masih sangat sederhana sehingga kurang produktif dan hasilnya kurang bagus.

2. Mitra masih belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang cara mengelola usaha dengan baik dan bagaimana memasarkan produknya secara luas.

B. Tujuan Kegiatan

Adapun tujuan dari Kegiatan Pengabdian Kepada masyarakat (PKM) ini antara lain adalah :

1. Memperbaiki proses produksi dan pemasaran menjadi lebih baik, produktif, dan lebih cepat dengan menggunakan peralatan yang lebih modern
2. Memperkenalkan produk mitra kepada masyarakat yang lebih luas
3. Meningkatkan pengetahuan mitra tentang mengelola usaha yang baik dan cara memperluas jaringan pemasaran bagi produk yang dihasilkan.

C. Target dan Luaran

Target yang akan dicapai dalam kegiatan ini sesuai dengan khalayak sasarnya, hal tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 1. Target capaian kegiatan

No	Khalayak	Target Luaran
1	Mitra PKM Ipteks	<ol style="list-style-type: none"> a. No. PIRT bagi mitra b. Meningkatnya pengetahuan yang diperoleh mitra dalam mengelola usahanya secara lebih baik dan memanfaatkan bantuan yang diberikan sehingga proses produksi dan pemasaran menjadi lebih baik dan lebih mudah. c. Meningkatnya pendapatan usaha sebagai akibat pengelolaan usaha yang baik.
2	Tim PKM	<ol style="list-style-type: none"> a. Pengalaman praktis bagi staf pengajar dalam menerapkan IPTEKS b. Laporan akhir kegiatan PKM IPTEKS dan artikel ilmiah c. Logbook untuk mencatat kegiatan pelaksanaan PKM IPTEKS

METODE

A. Gambaran Umum Objek Kegiatan

Mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat kali ini adalah UMKM Kerupuk Rambak “Mirasa” Desa Dukuhturi, Kecamatan Bumiayu, Kabupaten Brebes. Pemilik usaha kerupuk rambak ini adalah Hj. Alfiah. Tempat produksi dan penjualan beralamat di Jalan Empu Kanang No.3 RT.04 RW.01 Dukuhturi, Bumiayu, Brebes. Usaha ini berdiri

sejak tahun 1960 yang merupakan usaha turun temurun. Keberadaan usaha ini juga sudah cukup dikenal di masyarakat Bumiayu dan sekitarnya dikarenakan memang produk kerupuk rambak merupakan salah satu makanan khas yang ada di Kota Bumiayu.

Proses produksi dan pemasaran yang dilakukan masih menggunakan teknologi sederhana. Alat-alat produksi masih sederhana dan pemasaran juga masing sangat konservatif, yaitu hanya menunggu pembeli datang.

Proses produksi kerupuk rambak “Mirasa” adalah sebagai berikut :

Berikut proses pembuatan krupuk kulit kerbau/rambak:

1. Kulit Kerbau Kering di potong dengan ukuran ± 30 cm x 20 cm
2. Kulit kerbau yang sudah potong dibakar untuk menghilangkan bulunya
3. Kulit yang sudah dibakar dibersihkan lagi (dikerok) sampai bersih
4. Setelah bersih, baru digodok/direbus sampai tekstur kulit kenyal (matang) ± 6 s/d 8 jam
5. Kulit hasil godokan yang sudah matang dibersihkan lagi, baru ditiriskan dan siap dipotong tipis (diiris).
6. Kulit yang sudah dipotong(diiris/*iris mangga*) baru ditata di *widig* (anyaman bambu) untuk dijemur selama $\pm 4-5$ jam (untuk mengurangi kadar air sampai 40-50%), selanjutnya dipotong dengan ukuran panjang ± 5 s/d 8 cm
7. Setelah di potong dijemur lagi sampai kering dengan kadar air $\pm 0\%$, biasanya sampai 3-4 hari dengan panas matahari normal.
8. Selanjutnya setelah kering baru proses pembumbuan, dan di jemur lagi $\pm 4-5$ jam.
9. Kulit yang sudah diberi bumbu dan dijemur tersebut baru bisa goreng (*ungkep*) selama ± 30 menit s/d 1 jam dengan api yang tidak terlalu panas dan stabil.
10. Hasil akhir dari proses yang terakhir ini adalah krupuk kulit/rambak mentah yang sudah siap digoreng matang.
11. Untuk membuat krupuk/rambak matang ini, rambak mentah tersebut digoreng dengan minyak yang tidak terlalu panas.

Adapun Alat-alat yang dipakai untuk proses produksi antara lain:

1. Drum dengan ukuran diameter ± 70 cm dan tinggi ± 135 cm untuk merebus kulit
2. Wajan besar untuk meng- *ungkep* dan menggoreng rambak
3. *Geribig* dan *Widig* (tempat dari anyaman bambu) untuk menjemur

Produk akhir kemudian dikemas menggunakan kemasan plastik dan kardus dengan metode yang masih sangat sederhana. Perusahaan memproduksi kerupuk rambak dua kali

dalam seminggu dengan sekali produksi sebanyak 25 kilo. Sehingga perusahaan dalam seminggu dapat menghasilkan kurang lebih 50 kilo.

B. Langkah-langkah Pelaksanaan Kegiatan

Pengabdian masyarakat yang pada hakikatnya membantu masyarakat mau dan mampu memenuhi kebutuhan sendiri harus dilandasi dengan kepercayaan, kemampuan dan kekuatan masyarakat itu sendiri. Untuk membantu mitra memenuhi kebutuhan tersebut, kami menawarkan metode untuk membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra, antara lain sebagai berikut:

1. Pendampingan Usaha

Pendampingan dan penyuluhan, mendampingi dan memberikan penyuluhan tentang pengetahuan bagaimana mengelola perusahaan dengan baik, termasuk aspek produksi dan pemasarannya. Dan memberikan bantuan solusi dari permasalahan yang dihadapi baik teknis maupun non teknis.

2. Dialog dan diskusi dengan mitra

Melakukan dialog dan diskusi dengan mitra dan tenaga kerjanya terkait dengan proses produksi dan usahanya.

Metode tersebut dikemas dengan cara yang disesuaikan dengan kondisi mitra. Kegiatan pendampingan dilakukan disela-sela jam kerja perusahaan dan rencananya akan dilakukan selama sekitar delapan bulan dari April sampai dengan November 2016.

3. Prosedur Kerja

Adapun prosedur kerja untuk mendukung realisasi metode yang ditawarkan antara lain sebagai berikut:

- a. Sosialisasi dan rencana program PKM IPTEKS kepada mitra
- b. Koordinasi terkait persiapan penyusunan proposal dan kelengkapan administrasi serta rencana kegiatan
- c. Pelaksanaan Program melalui pendampingan dan penyuluhan bagi mitra
- d. Monitoring dan Evaluasi pelaksanaan kegiatan oleh LPPM Unsoed
- e. Pembuatan Laporan Kemajuan, Logbook, Laporan Akhir dan Artikel ilmiah

4. Partisipasi Mitra

Dalam kegiatan PKM Penerapan IPTEKS kali ini keterlibatan dan partisipasi mitra antara lain sebagai berikut:

- a. Kesiediaan dari mitra untuk menghadiri dan berpartisipasi aktif pada saat sosialisasi dan pelaksanaan program.

- b. Mitra bersedia meluangkan waktu dalam kegiatan penyuluhan dan pendampingan
 - c. Mitra bersedia membantu proses pengurusan administrasi ijin PIRT
 - d. Mitra bersedia sharing biaya pengadaan sarana dan peralatan produksi serta administrasi.
 - e. Konsultasi usaha dilakukan dengan dengan melakukan konsultasi dengan tim Pelaksana PKM
5. Rancangan Evaluasi Kegiatan

Tabel 2. Rancangan Evaluasi Kegiatan PKM IPTEKS

Tujuan Kegiatan	Indikator Pencapaian Tujuan	Tolok Ukur
Menyelenggarakan kegiatan penyuluhan dan pendampingan usaha	Mitra mampu memahami dasar-dasar pengelolaan usaha dan pemasaran usaha (kemasan dan penjualannya)	Pretest dan Post test serta Frekuensi pendampingan dilakukan selama kegiatan PKM berlangsung kurang lebih 8 bulan dari April 2016 sd November 2016
Membantu proses pemasaran yang dilakukan mitra	<ul style="list-style-type: none"> - Mitra mampu menggunakan sealer untuk mengemas produk - Mitra mampu memasarkan produknya secara luas 	Bantuan peralatan dan bahan untuk kegiatan pemasaran
Menunjukkan eksistensi dan peran serta perguruan tinggi Unsoed dalam rangka melaksanakan pengabdian kepada masyarakat	Informasi tentang Unsoed	Jumlah brosur tentang Unsoed

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pelaksanaan di jelaskan dalam sebuah tabel yang tertuang pada tabel 3.

Tabel 3. Rincian kegiatan PKM Penerapan Ipteks yang telah dilakukan

No	Tanggal	Kegiatan
1	30/05/2016	<ul style="list-style-type: none"> Rapat koordinasi tim (persiapan pelaksanaan kegiatan) Perencanaan kegiatan, penyusunan jadwal, pembagian tugas dan tanggungjawab
2	02/06/2016	<ul style="list-style-type: none"> Koordinasi dengan UMKM Kerupuk Rambak “Mirasa” Desa Dukuh Turi, Kec. Bumiayu, Kab. Brebes seputar pelaksanaan kegiatan PKM
3	10/06/2016	<ul style="list-style-type: none"> Persiapan mengurus Nomor PIRT
4	15/06/2016	<ul style="list-style-type: none"> Koordinasi dengan tim pelatih untuk membahas tanggal dan tempat pelaksanaan pelatihan dan pendampingan bagi UMKM
5	20/06/2016	<ul style="list-style-type: none"> Berdiskusi dengan Pemilik Usaha Kerupuk Rambak perihal desain stiker dan ukuran untuk kemasan yang baru
6	09/07/2016	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan pemesanan stiker pada percetakan dan pembelian kemasan plastik dan kardus
7	26/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> Desain Stiker Selesai
8	26/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> Rapat Koordinasi Tim PKM terkait kunjungan ke Mitra
8	27/08/2016	<ul style="list-style-type: none"> Kunjungan ulang, penyuluhan dan pendampingan usaha oleh tim ahli
9	09/10/2016	<ul style="list-style-type: none"> Pembuatan Laporan Kemajuan
10	03/10/2016	<ul style="list-style-type: none"> Pemesanan kemasan dan stiker merek
11	20/10/2016	<ul style="list-style-type: none"> Pembuatan Draft Artikel Ilmiah
12	8/11/2016	<ul style="list-style-type: none"> Pembuatan Laporan Akhir

B. Pembahasan

Antusiasme mitra untuk mengikuti kegiatan palatihan ini sangat tinggi. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya pertanyaan yang diajukan pada saat pendampingan berlangsung. Kegiatan PKM juga dapat berjalan lancar sesuai dengan rencana semula bahkan untuk proses pengurusan ijin PIRT jauh lebih cepat dari perkiraan kami.

Dari pelaksanaan kegiatan PKM Penerapan Ipteks juga dapat dilakukan evaluasi sebagai berikut:

1. Mitra berhasil membuat Nomor PIRT yang merupakan ijin bagi produk makanan ataupun minuman yang memiliki ketahanan atau keawetan di atas 7 hari
2. Mitra menyadari pentingnya kemasan yang baik dan merek dalam memasarkan produknya
3. Mitra menyadari bahwa penggunaan teknologi yang lebih maju seperti penggunaan seluler dapat memperbaiki kualitas produk
4. Mitra mendapatkan bantuan timbangan digital untuk membantu melakukan penimbangan produk secara akurat.
5. Wawasan, pengetahuan dan kemampuan mitra untuk mengembangkan jaringan pemasaran setelah adanya kegiatan PKM Penerapan Ipteks ini bertambah. Ada keinginan untuk memasarkan produknya tidak hanya kepada konsumen akhir saja tetapi juga di toko-toko ataupun pasar yang lebih luas terlebih sudah memiliki nomor PIRT.

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

1. Seluruh kegiatan yang direncanakan dalam kegiatan PKM Penerapan Ipteks dapat berjalan dengan baik dan lancar. Hasil pelaksanaan kegiatan sesuai dengan yang direncanakan, tujuan serta target luaran yang telah ditetapkan dapat tercapai dengan baik.
2. Kegiatan yang berlangsung selama lima hari ini memberikan manfaat yang sangat berharga bagi peserta pelatihan, dimana pada pelatihan ini peserta mendapatkan pengetahuan baru dalam membuat beragam produk kerajinan untuk meningkatkan nilai tambah produk batik. Disamping itu peserta pelatihan mendapat wawasan mengenai pentingnya membangun jaringan pemasaran untuk memasarkan produk batik dan kerajinan yang akan mereka produksi.
3. Peserta pelatihan menginginkan agar kegiatan pelatihan yang diberikan dapat berkesinambungan karena mitra merasa sangat terbantu dengan adanya kegiatan ini sehingga harapannya pengetahuan dan kemampuan mereka dapat terus bertambah.

B. Saran

Dibutuhkan pendampingan yang berkelanjutan agar kemampuan dan ketrampilan anggota kelompok dapat meningkat.

C. Ucapan Terima Kasih

Artikel ilmiah ini merupakan bagian dari Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat Penerapan IPTEKS yang didanai oleh dana BLU UNSOED 2016. Sehingga pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada: 1) Ketua LPPM UNSOED yang telah menyetujui pendanaan ini; 2) Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSOED yang telah memberi persetujuan pengusulan proposal ini; 3) Rekan Dosen sebagai anggota tim dan rekan dosen yang membantu pelaksanaan PKM Penerapan IPTEKS; 4) Mahasiswa peserta PKM Penerapan IPTEKS; 5) mitra PKM Kerupuk Rambak “Mirasa”; 6) Semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan baik moril dan materiil untuk terlaksananya kegiatan PKM Penerapan IPTEKS kali ini.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, Philip. 1996. *Marketing*. Edisi 7. Erlangga . Jakarta

Swastha, Basu. *Azas-Azas Marketing*. Edisi 3. Liberty. Yogyakarta

Wiguna, Satrio Pandu. 2007. Pengaruh Kemasan Produk terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Jajan Khas Kota Gresik. Skripsi. UIN Malang. Diakses pada 8 November 2015.

<https://www.google.co.id/search?sclient=psyab&biw=1280&bih=689&noj=1&btnG=Search&q=pengaruh+kemasan+produk%2C+uin+malang%2C+wiguna>

<http://infobanknews.com/bi-revisi-target-pertumbuhan-ekonomi-2015-jadi-47-51/>

<http://dinkop-umkm.jatengprov.go.id/>

<http://dinkop-umkm.jatengprov.go.id/article/view/20>

<http://bisnisukm.id/pentingnya-kemasan-produk-ukm/>