Vol 2 No 1
ISSN : 2962-9357
E ISSN : 2962-9942

PEMBUATAN DESAIN KEMASAN PRODUK KERIPIK JENGKOL PADA DESA PAYUNGSARI

Muhammad Alif Fachriza
Teknik Industri/Fakultas Teknik
ti19.muhammadfachriza@mhs.ubpkarawang.ac.id
afif.hakim@ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Pemerintah kabupaten karawang senantiasa berusaha untuk mengoptimalkan sumber daya alam yang ada di kabupaten karawang yang diharapkan dapat menciptakan kemandirian dan daya saing sebagai upaya pemantapan kabupaten karawang. Keripik jengkol juga menjadi sebagai produk unggulan salah satu potensi UMKM yang dimiliki oleh desa payungsari. Produk- produk yang dihasilkan sebagian besar juga masih menggunakan kemasan yang kurang menarik seperti plastik. Selain itu, Pada awalnya sebuah kemasan berfungsi sebagai wadah yang digunakan untuk melindungi dan memudahkan suatu produk dibawa, tetapi seiring perkembangan zaman maka kemasan dituntut untuk menarik perhatian konsumen untuk membeli produk tersebut. Oleh karena itu, kemasan yang digunakan oleh produk kripik jengkol harus mampu menarik juga calon konsumen untu membeli produk ini.Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini telah dilakukan penyuluhan mengenai peranan kemasan, bahan kemasan produk, bentuk kemasan produk, label kemasan, dan pelatihan pembuatan desain kemasan yang menarik dengan menggunakan metode presentasi, demonstrasi, dan praktek. Adapun dampak sosial yang diharapkan dalam kegiatan ini adalah produsen keripik jengkol ini menyadari bahwa pentingnya kemasan yang menarik untuk produknya, produsen, dapat membuat kemasan yang menarik untuk produknya, dapat berpikir lebih kreatif lagi dalam mendesain kemasan untuk produknya, produsen tape dapat meningkatkan penjualan produknya, dan calon konsumen dan pelanggan tetap dapat dengan mudah mengenali produk dari produsen tersebut dipandang dari kemasan yang menarik.
Kata kunci : UMKM, Kemasan

ABSTRACT

The Karawang district government always tries to optimize the natural resources in the Karawang district which is expected to create independence and competitiveness as an effort to strengthen the Karawang district. Jengkol chips have also become the flagship product of one of the potential SMEs owned by the village of Umbrellasari. Most of the products produced still use unattractive packaging such as plastic. In addition, initially a package functions as a container that is used to protect and facilitate a product to be carried, but along with the times, packaging is required to attract the attention of consumers to buy the product. Therefore, the packaging used by jengkol chips must be able to attract potential consumers to buy this product. In this community service activity, counseling has been carried out on the role of packaging, product packaging materials, product packaging forms, packaging labels, and training on making packaging designs. interesting method by using presentation, demonstration, and practice methods. The expected social impact in this activity is that the jengkol chips producer realizes that the importance of attractive packaging for their products, producers, can make attractive packaging for their products, can think more creatively in designing packaging for their

products, tape producers can increase their product sales, and potential consumers and regular customers can easily identify products from these manufacturers in terms of attractive packaging.
Keywords: UMKM , Packaging

Pendahuluan

Tridharma perguruan tinggi yaitu pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Dosen bertanggung jawab atas ilmu pengetahuan dan teknologi dalam rangka mentransformasi, mengembangkan, serta menyebarluaskan melalui tridharma perguruan tinggi (Aziza 2018) Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada Universitas Buana Perjuangan Karawang sebagai wujud dari tridharma perguruan tinggi pada tahun 2022 kali ini memiliki sasaran dalam kegiatan KKN ini berjumlah 84 Desa yang tersebar di 16 Kecamatan di wilayah Kabupaten Karawang. Kali ini penulis memilih lokasi untuk pelaksanaan KKN di Desa Payungsari Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang,

Desa Payungsari merupakan salah satu desa di kecamatan Pedes, Kab Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Bersumber data yang di dapatkan dari (id.wikipedia.org 2022), Desa Payungsari meliputi kode wilayah 32. 15. 10. 2001. Jumlah dusun di desa Payungsari sebanyak lima dusun yaitu dusun Pedes 1, dusun Pedes 2, Bayur 1, Bayur 2 dan dusun Jatimuka. Dengan kode pos 41353. Mata pencaharian masyarakat desa Payungsari Sebagian besar adalah petani dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Kegiatan kuliah kerja nyata ini dilaksanakan selama satu bulan yaitu pada tanggal 1 sampai dengan 31 Juli 2022. Kegiatan ini dilaksanakan dengan melibatkan mahasiswa dan warga sekitar. Harapan yang ingin dicapai semoga dengan tersedianya papan batas dusun dapat bermanfaat dan sangat membantu warga pendatang yang sedang berkunjung ke desa Payungsari guna kepentingan pribadi. Kegiatan ini merupakan sistem informasi yang cukup penting bagi warga pendatang guna mengetahui dusun satu dengan dusun yang lainnya. Pengertian sistem informasi menurut Mc Leod ialah suatu sistem yang memiliki kemampuan untuk mengumpulkan informasi dari semua sumber dan menggunakan berbagai media untuk menampilkan informasi.

Pulungan dkk., (2018) menjelaskan peran kemasan produk antara lain berfungsi untuk mengamankan kualitas produk, berkomunikasi antara produk dengan konsumen, serta untuk menambah kenyaman dalam proses penjualan ke pasar yang lebih luas yang pada akhirnya akan mempengaruhi volumen penjualan. Beberapa faktor yang mepengaruhi kegagalan kemasan produk tergantung pada harga kemasan yang mahal, kurang ekonomis, labelisasi yang kurang informatif, serta pencemaran lingkungan. Yuliani dan Widyakanti

(2020) menjelaskan bahwa apabila mitra kurang memiliki pengetahuan tentang kemasan, maka hasil produk akan kalah bersaing di pasar. Selain itu kemampuan produk hanya melayani satu pasar saja, yaitu pasar tradisional.

Metode

Metode pelaksanaan kegiatan kuliah kerja Nyata pembuatan desain kemasan produk keripik jengkol Pada Desa Payungsari ini terdiri dari beberapa tahapan kegiatan. Berikut ini adalah gambar tahapan kegiatan pelaksanaan kuliah kerja nyata.

Gambar 1.1 Metode pelaksaan kegiatan

Metode pelaksanaan kegiatan kuliah kerja nyata terdiri dari 4 tahap, tahap pertama dengan mengadakan survey lokasi untuk menentukan umkm yang akan dibuatkan desain kemasan.

Tahap kedua, setelah menemukan lokasi yang akan dibuatkan desain kemasan langkah selanjutnya adalah membuat desain kemasan, persiapan yang dilakukan yaitu pertama membuat desain kemasan yang akan digunakan pada produk. Tahap ketiga, mencetak desain untuk digunakan pada produk berdasarkan desain yang sudah dibuat. Tahap keempat, pemasangan desain kemasan pada produk yang sudah ada. Jadwal kegiatan untuk pelaksanaan keempat tahap diatas pada pelaksanaan kuliah kerja nyata ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Pembuatan desain kemasan produk keripik jengkol

No	Kegiatan	Hari, Tgl/waktu	Lokasi
1	**TAHAP 1** • Survey lokasi • Penentuan umkm yang akan di desain kemasan nya	Senin, 18 Juli 2022/09.00-12.00	Dusun Pedes 1 dan Pedes 2
2	**TAHAP 2** • Membuat desain produk agar kemasan produk tersebut menarik dan ramai pembeli	Senin, 18 Juli 2022/09.00-13.00	Rumah salah satu mahasiswa KKN
3	**TAHAP 3** • Hasil desain selesai kemudian melakukan percetakan kepada desain tersebut agar dapat dilakukan pemasangan kepada produk	Selasa, 19 Juli 2022/09.00-16.00	Toko Percetakan
4	**TAHAP 4** • Pemasangan desain kemasan kepada produk keripik jengkol	Rabu, 20 Juli 2020/13.00-17.00	Dusun Pedes 1 dan Pedes 2

Berisi waktu dan tempat kajian, target/sasaran, subjek, prosedur kajian, instrumen dan teknik analisis data serta hal-hal lain yang berkaitan dengan cara kajiannya.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Proses pengerjaan pembuatan desain kemasan keripik jengkol tersebut membutuhkan waktu 3 hari, yaitu mulai dari 18 sampai dengan 20 Juli 2022, jangka waktu ini sudah sesuai dengan jadwal yang sudah tim kuliah kerja nyata tentukan. Langkah selanjutnya yaitu kegiatan pemasangan desain kemasan kepada produk yang sudah ada yaitu keripik jengkol. Kegiatan ini dilakukan dibantu oleh pelaku umkm yang ada di desa payungsari terutama di dusun pedes 1 dan pedes 2. Pelaksanaan program kerja Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini berjalan sesuai dengan waktuyang sudah dijadwalkan. Pembuatan desain kemasan keripik jengkol oleh tim kuliah kerja nyata dan dibantu oleh beberapa pelaku umkm yang ada di desa Payungsari.

Kemasan atau packaging adalah suatu wadah yang menempati suatu barang agar aman, menarik, mempunyai daya pikat dari seorang yang ingin membeli suatu produk. Dapat juga menjadi media komunikasi antara produsen dengan calom konsumen, sehingga didalam desain kemasan tercantum informasi-informasi yang harus diketahui oleh calon konsumen, agar calon konsumen merasa tidak asing dengan produk yang di kemas. Semakin lengkap informasi yang tertera dikemasan persepsi dari calon pembeli semakin tau dan meyakinkan terhadap produk yang di jual yang akan dibelinya.

Pada mulanya fungsi kemasan hanya sebatas untuk melindungi barang dan mempermudah waktu membawanya agar tidak rusak sampai tujuan. Dengan ada kemasan, konsumen mendapat layanan dalam menyelamatkan barang yang dibeli dan mempunyai jaminan yang ada kepuasan tersendiri dari barang produk yang akan menjadi milik dirinya, yang akhirnya terselamatkan dari hal yang tidak diharapkan selama di perjalanan sampai tujuan. Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin kompleks barulah terjadi penambahan nilai-nilai fungsional dan peranan kemasan dalam pemasaran mulai di akui sebagai satu kekuatan utama dalam persaingan pasar.

Peranan kemasan lambat laun semakin memikat para konsumer ini dirasakan mulai kelihatan tahun 1950-an, saat ini terutama di Indonesia banyak bermunculan toko swalayan, dimana kemasan harus “dapat menjual” produk di rak-rak toko. Tetapi disaat itupun kemasan hanya berfungsi sekedar memberikan informasi kepada konsumen tentang apa isi dalam kandungan didalam kemasan tersebut. Baru pada tahun 1980-an dimana persaingan dalam dunia usaha semakin tajam dan kalangan produsen saling berlomba untuk merebut perhatian calon konsumen, bentuk dan model kemasan dirasakan sangat penting peranannya dalam strategi pemasaran. Disitulah kemasan harus mempu menarik perhatian, menggambarkan keistimewaan produk untuk menghimbau agar calon konsumen tertarik. Pada saat inilah kemasan mengambil alih tugas penjualan pada saat jual beli terjadi.

Di masa era globalisasi sekarang ini packaging semakin meningkat perkembangannya, misal untuk membawa produk-produk yang bernilai kapasitas besar dan memiliki produk bernilai teknologi tinggi seperti : alat berat, mobil, perangkat peralatan bernilai elektronik. Packagingnya pun memiliki nilai tinggi demi menyelamatkan produk tidak rusak, sampai

perihal limbah-limbah packaging pun bisa dimanfaatkan untuk produk yang mempunyai nilai tinggi dan seni tinggi yang tepat guna, banyak diminati oleh para calon konsumen.

Kemasan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2000:537) berarti hasil mengemas/bungkus pelindung barang dagangan. Kemasan atau packaging adalah ilmu, seni dan teknologi yang bertujuan untuk melindungi sebuah produk saat akan dikirim, disimpan atau dijajakan atau bisa juga suatu proses produksi yang bertujuan untuk mengemas.

Direktorat Jenderal Pengelolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Kementrian Pertanian Republik Indonesia (2012) menginformasikan secara umum fungsikemasan adalah:

1. Melindungi dan mengawetkan produk, seperti melindungi dari sinar ultraviolet, panas, kelembaban udara, benturan serta kontaminasi kotoran dan mikroba yang dapat merusak dan menurunkan mutu produk.
2. Sebagai identitas produk, dalam hal ini kemasan dapat digunakan sebagai alat komunikasi dan informasi kepada konsumen melalui merk yang tertera pada kemasan.
3. Meningkatkan efisiensi, seperti memudahkan proses penghitungan pengiriman dan penyimpanan produk.

Menurut Marianne Rosner Klimchuk dan Sandra A. Krasovec (2006) label biasanya terbuat dari kertas atau film plastic dengan atau tanpa tambahan perekat, label dapat mencakup keseluruhan kemasan atau hanya setempat saja. Satu bentuk kemasan fleksibel adalah film yang dapat disusut regangkan yang digunakan sebagai label. Material tersebut ketika diaplikasikan pada kemasan dengan pemanasan, meregang mengikuti bentuk kontur benda yang dilapisinya. Kontainer plastic, botol kaca, kaleng dan struktur kaku lainnya dapat dilapisi dengan kemasan fleksibel ini. Label dapat bervariasi mulai dari tanda pengenal produk yang sederhana hingga grafik rumit yang merupakan bagian dari kemasan. Label menampilkan beberapa fungsi. Pada tingkatan paling akhir, label mengidentifikasi produk atau merk. Label juga menjelaskan beberapa hal mengenai produk, siapa yang membuatnya, dimana dibuat, pakan dibuat, isinya, bagaimana produk tersebut digunakan dan bagaimana menggunakannya dengan aman.

FAKTOR-FAKTOR DESAIN KEMASAN

Kemasan yang baik dan akan digunakan semaksimal mungkin dalam pasar harus mempertimbangkan dan dapat menampilkan beberapa factor, antara lain sebagai berikut.

1. Faktor Pengamanan

Kemasan harus melindungi produk terhadap berbagai kemungkinan yang dapat menjadi penyebab timbulnya kerusakan barang, misalnya: cuaca, sinar matahari, jatuh, tumpukan, kuman, serangga dan lain-lain. Contohnya, kemasan biscuit yang dapat ditutup kembali agar kerenyahannya tahan lama.

2. Faktor Ekonomi

Perhitungan biaya produksi yang efektif termasuk pemilihan bahan, sehingga biaya tidak melebihi proporsi manfaatnya. Contohnya, produk-produk refill atau isi ulang, produk-produk susu atau makanan bayi dalam karton, dan lain-lain.

3. Faktor Pendistribusian

Kemasan harus mudah didistribusikan dari pabrik ke distributor atau pengecer sampai ke tangan konsumen. Ditingkat distributor, kemudahan penyimpanan dan pemajangan perlu dipertimbangkan. Bentuk dan ukuran kemasan harus direncanakan dan dirancang sedemikian rupa sehingga tidak sampai menyulitkan peletakan di rak atau tempat pemajangan.

4. Faktor Estetika

Keindahan pada kemasan merupakan daya tarik visual yang mencakup pertimbangan penggunaan warna, bentuk, merk atau logo, ilustrasi, huruf, tata letak atau layout, dan mascot. Tujuannya adalah untuk mencapai mutu daya tarik visual secara optimal.

5. Faktor Promosi

Kemasan mempunyai peranan penting dalam bidang promosi, dalam hal ini kemasan berfungsi sebagai silent sales person. Peningkatan kemasan dapat efektif untuk menarik perhatian konsumen-konsumen baru.

Proses pengerjaan pembuatan desain kemasan keripik jengkol tersebut membutuhkan waktu 3 hari, yaitu mulai dari 18 sampai dengan 20 Juli 2022, jangka waktu ini sudah sesuai dengan jadwal yang sudah tim kuliah kerja nyata tentukan. Langkah selanjutnya yaitu kegiatan pemasangan desain kemasan kepada produk yang sudah ada yaitu keripik jengkol. Kegiatan ini dilakukan dibantu oleh pelaku umkm yang ada di desa payungsari terutama di dusun pedes 1 dan pedes.

Kesimpalan dan Rekomendasi

Kesimpulan

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini berupa Pembuatan desain kemasan keripik jengkol pada Desa Payungsari telah berhasil dilaksanakan. Kegiatan ini terlaksana dengan baik atas dukungan dan bantuan warga Desa Payungsari karena hal ini menyangkut kepentingan orang banyak. Tidak ada hambatan yang cukup berarti dalam proses persiapan, pelaksanaan hingga evaluasi kegiatan ini. Pembuatan desain keripik jengkol adalah sebagai bentuk partisipasi, koordinasi, dan keterlibatan aktif baik mahasiswa dan pelaku umkm yang ada di desa payungsari.

Rekomendasi

Kami menyadari bahwa dalam pelaksanaan KKN masih banyak terdapat kekurangan sehingga diperlukan adanya langkah untuk penyempurnaan. Maka dari itu kami akan menyampaikan saran-saran untuk kebaikan bersama :

a. Saran untuk mahasiswa KKN selanjutnya
   - Perlu adanya usaha dalam meningkatan kesadaran masyarakat untuk aktif dalam kegiatan kemasyarakatan guna menambah pengatahuan dan keterampilan masyarakat.
   - Melakukan survei kepada masyarakat sebaik-baiknya dan mendapatkan informasi tentang lingkungan dan masyarakat sebanyak-banyaknya, agar dapat merancang program kerja yang tepat untuk diberikan kepada masyarakat, dalam memajukan masyarakat.
   - Tujuan dan sasaran program kerja dirancang sebaik-baiknya sesuai dengan permasalahan masyarakat yang sudah ada, agar dapat memberikan jalan keluar yang tepat kepada masyarakat atas permasalahan tersebut.
   - Selalu menjaga komunikasi antar sesama anggota dan juga selalu menjaga komunikasi dengan para warga desa juga aparat desa.

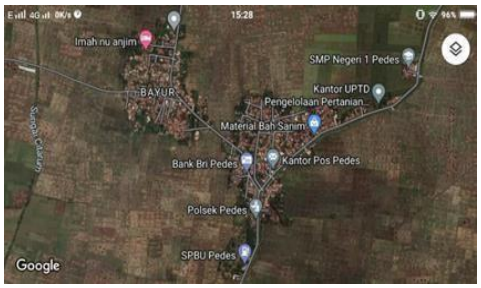
b. Saran Untuk LPPM
   - LPPM UBP sebaiknya memberikan rekomendasi perusahaan-perusahaan yang dapat diberikan atau diajukan dalam pencarian dana *sponsorship* sehingga memudahkan mahasiswa dalam mencari bantuan dana tambahan.

c. Diharapkan LPPM UBP memfasilitasi sarana pendukung bermanfaat atau halterkait baik pra maupun selama penerjunan KKN agar mahasiswa mampu menjadikan KKN

sebagai proses pembelajaran dan bukan hanya sebagai syarat wajib kelulusan.

d. Saran Untuk desa

- Diharapkan untuk pemerintah desa agar bisa mengembangkan UMKM yang memiliki potensi baik untuk bisa menjadikan desa menjadi lebih maju.
- Diharapkan untuk pemerintah desa harus bisa lebih memperhatikan forum pemuda (karang taruna) yang berada di desa tersebut.



Daftar Pustaka

Mukhtar, S., & Nurif, M. (2015). Peranan packaging dalam meningkatkan hasil produksi terhadap konsumen. Jurnal sosial humaniora (JSH), 8(2), 181-191.

Sutanto, A., Ramadhan, A. N., & Irvansyah, H. N. (2021). Pelatihan pembuatan kemasan produk umkm di kenteng kembang naggulan kulon progo. Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat MEMBANGUN NEGERI, 5(1), 310-318.

Suhardi, D. (2019). Optimalisasi Keterampilan Pembuatan Kemasan Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Pada Ukm Pembuat Tape Di Desa Cibeureum, Kabupaten Kuningan. Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(02).