

PELATIHAN KEMASAN DAN PELABELAN PADA UKM KRIPIK PISANG DI DUSUN PECUK TULUNGAGUNG

Arie Restu Wardhani¹⁾, Purbo Suwandono²⁾, Silviana³⁾, Arief Rizki Fadhilah⁴⁾

¹⁾ Program Studi Teknik Industri, Universitas Widyagama Malang

Email: arierestu@widyagama.ac.id

²⁾ Program Studi D3 Mesin Otomotif, Universitas Widyagama Malang

Email: purbo@widyagama.ac.id

³⁾ Program Studi Teknik Industri, Universitas Widyagama Malang

Email: silviana.hakim@gmail.com

⁴⁾ Program Studi D3 Mesin Otomotif, Universitas Widyagama Malang

Email: arief.rixki.f@widyagama.ac.id

Abstrak

Transfer teknologi dan pengetahuan sangat dibutuhkan untuk masyarakat, terutama masyarakat pelaku usaha kripik di Dusun Pecuk, Desa Pakel, Kecamatan Pakel, Kabupaten Tulungagung - Provinsi Jawa Timur. Pada UKM kripik pisang Ramesta, kendala utama di bidang manajemen adalah strategi pemasaran khususnya pada manajemen kemasan dan pelabelan. Langkah awal yang dapat dilakukan adalah meningkatkan pemahaman pelaku usaha beserta karyawan-karyawannya mengenai manajemen kemasan dan pelabelan yang baik. Salah satunya adalah kegiatan pelatihan pelabelan dan kemasan yang dilakukan di Dusun Pecuk pada tanggal 10 Agustus 2017 dengan melibatkan 7 orang partisipan. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah ceramah dan tutorial yang diakhiri dengan diskusi. Kegiatan pelatihan ini dapat sesuai dengan target yang diharapkan, yaitu meningkatnya pengetahuan partisipan sebanyak 64,29 %. Seluruh peserta antusias dengan diskusi ditunjukkan dengan beberapa pertanyaan dan pendapat yang muncul, serta partisipan terus mengikuti kegiatan sampai selesai tanpa meninggalkan ruangan. memiliki motivasi dan semangat yang tinggi untuk mengikuti kegiatan pelatihan yang ditunjukkan oleh tidak adanya peserta yang meninggalkan kegiatan hingga kegiatan berakhir.

Kata Kunci: pengemasan, pelabelan, UKM kripik pisang, Dusun Pecuk

PENDAHULUAN

Dalam semua bisnis, baik perusahaan besar maupun usaha kecil dan menengah (UKM), peningkatan skill dan pengetahuan sangatlah penting dalam usaha perbaikan terus menerus untuk mencapai kinerja bisnis (Soosay et al., 2016). Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki tingkat kemampuan dan investasi sumber daya yang lebih tinggi daripada UKM. UKM sering bergulat dengan kurangnya investasi, yang juga dapat membatasi kemampuan mereka untuk sumber daya yang mereka miliki (William J. Wales et al., 2013). Untuk alasan ini, UKM harus mampu mengelola sumber daya manusia, dengan meningkatkan kemampuan, pengetahuan, dan skill, agar dapat memiliki keunggulan kompetitif (Amit and Schoemaker, 1993; Thornhill and Amit, 2016).

UKM di seluruh dunia dapat berkontribusi lebih dari 90 persen pada pertumbuhan ekonomi. Di Indonesia, bisnis didominasi oleh UKM dengan 57,9 Juta UKM atau sekitar 99 persen dari total bisnis di Indonesia (Janita and Chong, 2013). Oleh karena itu pembangunan sumber daya manusia seperti skill dan pengetahuan khususnya pada UKM akan meningkatkan PDRB di Indonesia. Pengembangan UKM ini dimulai dari skala domestik sampai dengan ekspor-impor menuntut UKM dapat

membangun wawasan manajerial mikro dan makro. Hal ini dilakukan untuk menambah kapabilitas UKM untuk berkembang.

Permasalahan utama UKM secara umum adalah capabilitas sumberdaya manusia dalam kapabilitas penguasaan teknologi maupun manajerial. Sebagai contoh, pada kelompok UKM keripik pisang di Dusun Pecuk Kabupaten Tulungagung, selain permasalahan terdapat pada proses produksi, juga terdapat permasalahan pemasaran seperti belum terkelolanya manajemen pengemasan dan pelabelan. Pengemasan masih dilakukan dengan plastik tanpa pelabelan yang menarik. Tentunya hal ini akan sangat mempengaruhi ketertarikan konsumen terhadap produk. Selain itu, pencantuman logo halal, no BPOM, maupun no dinkes, serta bahan-bahan, kandungan, dan alamat perusahaan masih belum menjadi fokus perhatian pemilik UKM. Padahal tidak jarang konsumen sangat mementingkan hal-hal yang dianggap kecil tersebut. Hal ini masih belum banyak diketahui oleh pemilik UKM keripik pisang di Dusun Pecuk Kabupaten Tulungagung. Oleh karena itu, UKM ini sangat memerlukan pelatihan yang terkait dengan pengemasan dan pelabelan.

METODE

Tempat dan Waktu.

Kegiatan pelatihan dilaksanakan di rumah pemilik di Dusun pecuk Tulungagung. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 10 Agustus 2019 dari jam 12:00 sampai jam 14:00.

Khalayak sasaran

Partisipan adalah pemilik UKM kripik pisang, karyawan dan beberapa warga sekitar. Terdapat 7 orang partisipan 5 orang dari UKM (pemilik dan karyawan), 2-orang adalah warga sekitar yang juga melakukan bisnis makanan lainnya.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan yang digunakan untuk peningkatan skill dan pengetahuan partisipan adalah penyuluhan interaktif. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan adalah:

1. Pra-Kegiatan

Tahap ini adalah observasi lokasi pelatihan dan koordinasi teknis dan operasional pelaksanaan pelatihan kepada pemilik perusahaan UKM Kripik pisang di Dusun Pecuk Tulungagung. Kemudian, persiapan matersi pengemasan dan pelabelan dilakukan berdasarkan tinjauan pustaka.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam bentuk ceramah dan diskusi tentang kemasan dan label makanan.

3. Evaluasi Hasil Kegiatan

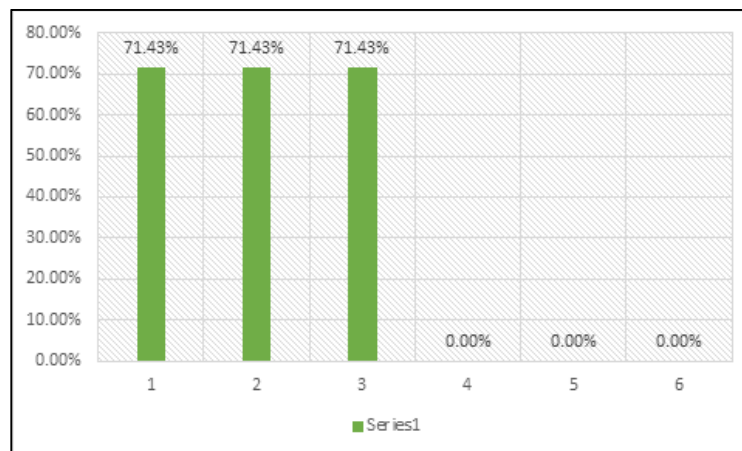
Evaluasi dilakukan pada awal pelatihan (pre-test) dan akhir (posttest). Untuk mengetahui pendapat partisipan mengenai keefektifan transfer knowledge dan skill, maka pengambilan data dilakukan dengan cara survey yang memanfaatkan alat pengambilan data yaitu kuesioner. Adapun jawaban pertanyaan adalah "ya" atau "tidak". Kemudian dilakukan analisa sejauhmana partisipan mengetahui tentang pengemasan dan pelabelan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan dilakukan sebelum kegiatan pelatihan dilakukan. Kuesioner pre-test disebarkan guna mengukur pengetahuan awal partisipan. Terdapat 6

pertanyaan yang harus dijawab dengan pilihan ya dan tidak. Untuk pertanyaan, terdiri dari: (a). Apakah anda mengetahui pengertian tentang kemasan?; (b). Apakah anda mengetahui fungsi kemasan?; (c). Apakah anda mengetahui tujuan fungsi kemasan?; (d). Apakah anda mengetahui tentang jenis-jenis kemasan?; (e). Apakah anda mengetahui tentang tipe-tipe kemasan plastik?; (f). Apakah anda informasi yang harus dicantumkan pada kemasan untuk pelabelan?

Adapun rekap hasil kuesioner dapat dilihat secara deskriptive pada gambar berikut.



Gambar 1. Prosentase hasil pre-test

Berdasarkan gambar 1, tampak jelas bahwa pertanyaan 1, 2, dan 3 telah diketahui oleh sebagian besar partisipan yaitu sebesar 71,43 %. Sedangkan pertanyaan 4, 5, dan 6 masih belum diketahui oleh partisipan. Berikutnya dilakukan penyampaian materi yang di akhiri dengan tanya jawab. Penyampaian materi bertujuan untuk menambah wawasan pelaku usaha, dalam hal ini UKM kripik pisang Ramesta. Pemahaman tersebut sangat penting guna mengetahui informasi apa yang saja dibutuhkan dalam membuat kemasan serta pelabelan yang sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan (Alsuhendra and Ridawati, 2017). Beberapa pertanyaan dari partisipan yang pada akhirnya memicu sesi diskusi yaitu:

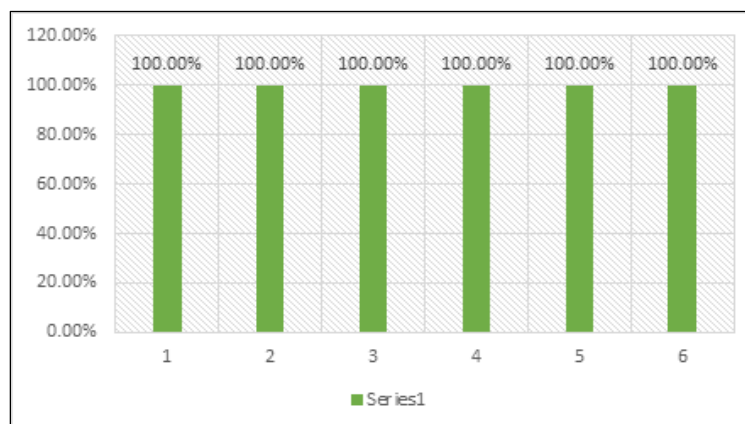
1. Bagaimana mencari kesempatan / peluang memasarkan produk?
2. Bagaimana cara mendapatkan ijin produk
3. Apakah dua jenis produk boleh menggunakan nomor (contoh no BPOM) yang sama?
4. Apakah bahaya plastik yang digunakan untuk kemasan makanan?



Gambar 2. Sesi Pelatihan Pengemasan dan Pelabelan

Setelah sesi diskusi berakhir maka terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan, diantaranya adalah terdapat jenis plastik tertentu yang aman digunakan sebagai kemasan makanan. Kemudian beberapa hal penting yang perlu tercantum dalam pelabelan berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 1999, Pasal 3 ayat 2. keterangan label sekurang-kurangnya nama produk; daftar bahan yang digunakan; berat bersih atau isi bersih; nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukan pangan ke dalam wilayah Indonesia; tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa, label halal, dinkes; bpom.

Pelatihan ini diakhiri dengan survey post-test yang berguna untuk mengetahui seberapa mengerti partisipan terhadap materi kemasan dan pelabelan yang diberikan. Pertanyaan kuesioner post-test sama dengan pre-test. Adapun secara deskriptif, jawaban pertanyaan kuesioner, terangkum dalam gambar 3 sebagai berikut.



Gambar 3. Prosentase hasil post-test

Pada Gambar 3 dapat dilihat bahwa semua partisipan mengerti terhadap materi yang telah disampaikan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai pengetahuan partisipan terhadap semua pertanyaan meningkat menjadi 100%.

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dapat dikategorikan berjalan sukses dan lancar. Hal ini ditandai dengan meningkatnya pemahaman seluruh partisipan terhadap pengetahuan dan skill yang terkait dengan manajemen pengemasan dan pelabelan. Selain itu, seluruh peserta yang hadir mengikuti acara sampai selesai sehingga tujuan dari transfer knowledge dan skill dapat tercapai. Terbukti dari prosentase peserta yang mengetahui meningkat dari 71,43% untuk pertanyaan 1, 2, dan 3, menjadi 100%. Sedangkan untuk pertanyaan 4, 5, dan 6, meningkatkan pengetahuan partisipan dari 0% menjadi 100%. Partisipan memiliki harapan untuk tindak lanjut pelatihan ini yaitu alat pengemasan, serta pendampingan untuk memproses ijin pelabelan, standar halal dan standar kualitas lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada: 1). Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi, Direktorat Jendral Penguatan Riset dan Pengembangan. 2). Koordinator Kopertis Wilayah VII Jawa Timur. 3) Rektor, Kepala LPPM dan Fakultas Teknik Universitas Widyagama Malang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alsuhendra and Ridawati (2017) Pelatihan Pembuatan Kemasan Dan Label Makanan Bagi Pelaku Usaha Makanan di Desa Jampang, Kecamatan Kemang, Kabupaten Bogor. **Jurnal Sarwahita**, 14 (02): 85–93
- Amit, R. and Schoemaker, P.J.H. (1993) Strategic assets and organizational rent. **Strategic Management Journal**, 14 (JANUARY): 33–46
- Janita, I. and Chong, W.K. (2013) Barriers of B2B e-business adoption in Indonesian SMEs: A literature analysis. **Procedia Computer Science**, 17 (December 2013): 571–578
- Soosay, C., Nunes, B., Bennett, D.J., et al. (2016) Strategies for sustaining manufacturing competitiveness: Comparative case studies in Australia and Sweden. **Journal of Manufacturing Technology Management**, 27 (1): 6–37
- Thornhill, S. and Amit, R. (2016) “Learning from Failure : Organizational Mortality and the Resource-based View.” In **Analytical Studies Branch research paper series Learning**. Canada: Statistic Canada
- William J. Wales, Vinit Parida and Patel, P.C. (2013) Too much of a good thing? absorptive capacity, firm performance, and the moderating role of entrepreneurial orientation. **Strategic Management Journal**, 1410 (April): 12

