

PENINGKATAN MUTU USAHA MIKRO MAKANAN SEHAT : INOVASI KEMASAN DAN BRANDING PRODUK UNGGULAN (DESA PANDANREJO, KECAMATAN PAGAK, KABUPATEN MALANG)

**Elfi Anis Saati^{1*}, Arfida Br², Eko Budi Cahyono³, Hutri Agustino⁴, Ruli Inayah R⁵, Oman
Sukmana⁶, Ririn Harini⁷**

¹Program Studi Teknologi Pangan, Universitas Muhammadiyah Malang

²Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Muhammadiyah Malang

³Program Studi Informatika, Universitas Muhammadiyah Malang

⁴Program Studi Kesejahteraan Sosial, Universitas Muhammadiyah Malang

⁵Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Muhammadiyah Malang

⁶Program Studi Kesejahteraan Sosial, Universitas Muhammadiyah Malang

⁷Program Studi Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Malang

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Babatan, Tegalondo, Kec. Lowokwaru,
Kota Malang, Jawa Timur, 65144

*Email Korespondensi: elfi@umm.ac.id

Submitted : 25 Desember 2021; *Revision* : 27 Desember 2021; *Accepted* : 20 Januari 2022

ABSTRAK

Kemasan berfungsi mawadahi dan melindungi produk dari kerusakan-kerusakan, mudah disimpan, dibawa dan dipasarkan oleh karena itu harus menarik. Daya pikat produk bagi konsumen kemasan menunjukkan ciri khas agar punya branding, disamping berfungsi melindungi produk dari kontaminasi yang menurunkan mutu produk. Kegiatan program pembinaan terkait masalah pengemasan/packaging, cara pengolahan pangan yang benar dan sehat, bertujuan untuk meningkatkan mutu usaha mikro agar lebih berdaya saing, dengan branding yang dapat diunggulkan melalui informasi label pada kemasan. Sosialisasi dilakukan melalui penyuluhan kepada mitra UKM sekitar 15 ragam varian olahan pangan. Tema penyuluhan meliputi SOP pangan sehat mendukung ketahanan pangan-gizi keluarga. Hasil kegiatan berdampak terhadap pengetahuan para UKM dan Kelompok Wanita Tani (KWT) dalam memperbaiki kualitas produk dan kemasan sehingga akan meningkatkan nilai jual serta meningkatkan kesejahteraannya. Kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan dibantu oleh mahasiswa UMM. Program ini diharapkan dapat mempercepat perbaikan mutu produk, sehingga mitra UKM mempunyai identitas produk, melalui inovasi kemasan label yang menarik. Peran pemerintah Desa, Universitas dalam pendampingan UKM Desa masih dibutuhkan.

Kata kunci : Inovasi kemasan, Olahan makanan sehat, Branding, UKM unggul

ABSTRACT

Packaging functions to accommodate and protect the product from damage; it is easy to store, carry, and market; therefore, it must be attractive. The product's attractiveness for packaging consumers shows the characteristics to have a branding and functioning to protect the product from contamination that reduces product quality. Development program activities related to packaging issues correct and healthy food processing methods aim to improve the quality of micro-enterprises to be more competitive, with branding that can be superior through label information on packaging. The socialization was carried out through counseling to SME partners about 15 different variants of processed food. The theme of the outreach includes healthy food SOPs to support family food-nutrition security. The results of the activity impact the knowledge of SMEs and Farmer Women's Groups (KWT) in improving the quality of products and packaging to increase the selling value and improve their welfare. The activity was continued with assistance assisted by UMM students. This program is expected to accelerate product quality improvement so that SME partners have a product

identity through attractive label packaging innovations. The role of village government and universities in assisting village SMEs is still needed.

Keywords : *Packaging innovation, healthy food processing, Branding, superior SMEs*

PENDAHULUAN

Desa Pandanrejo adalah salah satu desa yang termasuk dalam wilayah kecamatan Pagak Kabupaten Malang. Desa Pandanrejo berada di wilayah Malang bagian selatan. Dimana Malang Selatan terkenal dengan wilayah pariwisata, di karenakan banyak tempat wisata di bagian ini. Salah satu wisata yang dekat dengan Desa Pandanrejo yaitu Pantai Balekambang, sehingga Desa Pandanrejo termasuk desa lintas wisata.

Lokasi yang strategis dan kekompakan kelompok pada kenyataannya tidak cukup membantu. Produk yang dihasilkan masih jauh dari harapan, kualitas produk masih rendah karena belum tersentuh teknologi pengolahan. Pemasaran pun masih terbatas sekitar desa saja, belum memakai *media social* internet yang merupakan peluang besar bagi pemasaran. Namun sisi positifnya adalah menggunakan bahan yang mudah didapat dan cara pengolahan yang mudah. Dengan pengenalan teknologi yang lebih bagus maka usaha ini diharapkan akan lebih berkembang. Sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan UKM tangguh masyarakat pandanrejo unggul.

Ibu Katrin merupakan salah satu anggota UKM yang dapat memberikan solusi bagi kelompok masyarakat Desa Pandanrejo, Kecamatan Pagak, Kab. Malang, dalam meningkatkan taraf kehidupan mereka. Pemerintah Kab. Malang yaitu Dinas Koperasi pada tahun 2013 mencanangkan UKM sebagai program pemberdayaan masyarakat berbasis kelompok di wilayah wilayah yang masih tertinggal.

UKM Desa Pandanrejo, Kecamatan Pagak, Kab. Malang ada kelompok usaha makanan, minuman. Berkutat pada bidang makanan (warung makan, membuat kue), hal ini memiliki banyak manfaat positif terkait pemberdayaan kearifan lokal. Khususnya pada usaha pengembangan usaha yang dipimpin oleh Ibu Katrin. Beliau memiliki usaha dibidang makanan olahan cepat saji dan minuman herbal, instan. Dikarenakan usaha ini lebih menjanjikan untuk menambah ekonomi keluarga. Keberadaan usaha ini perlu mendapat perhatian khusus dikarenakan perlu pembinaan masalah *packaging*, pemasaran *online*, peningkatan mutu dan cara pengolahan sehat, pengemasan serta pembinaan pembukuan sederhana, pembinaan di bidang modal, penambahan pengetahuan aneka ragam rasa olahan.

Selain itu, dibutuhkan media pemasaran yang sesuai dan dapat menjangkau konsumen yang lebih banyak. Pemanfaatan *e-commerce* salah satunya sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan (Jansen, 2007; Arfida dkk, 2016). Pemanfaatan teknologi pengolahan pangan sehat-lokal, pengemasan yang baik-inovatif tersebut diharapkan dapat memudahkan pelaku usaha lebih giat lagi untuk berproduksi, apalagi desa Pandanrejo akan dibentuk desa wisata "Lembah Bidadari" dimana saat ini sedang giat dibangun untuk keberlanjutan pengembangan desa wisata. Selanjutnya kelompok UKM ini akan saling bersinergi apabila kelak tempat wisata "Lembah Bidadari" mulai banyak dikenal masyarakat sekitar. Pada akhirnya dapat berdaya saing lebih baik, sehingga akan meningkatkan volume penjualan dan menjadi target pasar yang menarik (Khamidah, 2005; Kotler, 2012).

Berdasarkan hasil survey dan wawancara dengan Ibu Katrin selaku ketua UKM, produknya memiliki masalah yang perlu segera di atasi yaitu dari aspek kualitas produk, kemasan, guna mendukung aspek pemasaran dan keberlanjutan usaha. Dimana persoalan persoalan tersebut dapat disarikan menjadi empat persoalan utama yaitu : (a) Bagaimana meningkatkan pengetahuan kualitas mutu olahan pangan sehat, dan (b) Bagaimana pengemasan produk Usaha UKM agar terlihat lebih eksklusif, menarik dan sehat.

Menganalisis dari persoalan mitra maka tim pengabdian MKBM menawarkan solusi agar kelompok UKM yang benar-benar memiliki usaha lebih optimal dan berkelanjutan dalam berwirausaha, sehinggakelompok UKM lebih sejahtera. Pendampingan yang dilakukan meliputi: (a) Memberikan pengetahuan dan pelatihan pengolahan sehat makanan dan minuman, dan (b) Memberikan pelatihan teknologi pengemasan Usaha UKM yang lebih bagus. Solusi yang ditawarkan dalam program ini mengacu pada *outcome* dan dampak yang dirasakan langsung oleh mitra UKM Desa Pandanrejo, yaitu antara lain: (i) Belum memiliki teknologi sederhanatentang pengemasan usaha UKM, (ii) Belum adanya SOP untuk memproduksi usaha UKM, sehingga ditawarkan solusi sosialisasi dan pendmappingan kegiatan yang dapat memberikan solusi yaitu (i) Mitra diberikan pelatihan tentang pengemasan usaha UKM yang sehat, dan (ii) Mitra UKM diberi pendampingan produksi dengan pengolahan pangan yang baik.

METODE

Aktivitas program disesuaikan dengan tujuan dan target program, dimana mitra adalah pelaku utama sekaligus sasaran utama sehingga prioritas kemampuan pemahaman dan tingkat penerapan teknologi dan program oleh mitra dengan pendampingan menggunakan metode antara lain; (i) Sosialisasi kepada UKM dan perangkat Desa sebagai fasilitator dan koordinator, ceramah yang bertemakan : Makanan sehat mendukung Ketahanan pangan dan gizi keluarga, dan tema : “Inovasi kemasan produk pangan sehat mendukung program Pandanrejo unggul, (ii) Pendampingan pengetahuan dan pelatihan pembuatan kemasan Usaha UKM, serta (iii) Pendampingan penerapan SOP mutu Usaha UKM dengan memberikan pelatihan olahan makanan sehat.

Kegiatan pendampingan tersebut bertujuan membantu tersedianya teknologi sederhana pengendalian kualitas produk, sehingga ada produk UKM di Desa Pandanrejo mempunyai keunggulan yang bisa di-branding. Mitra secara aktif memberikan informasi tentang kendala bahan baku, terlibat aktif dalam proses desain kemasan produk, menyiapkan berkas uji kelayakan kemasan Usaha UKM. Kemudian Mitra terlibat sebagai bagian tim pelaksana pembuatan olahan makanan sehat Usaha UKM. Mitra memahami dan melaksanakan SOP secara disiplin, mitra bisa melakukan dialog interaktif bila terdapat kendala dalam penerapan SOP mutu produk Usaha UKM. Pendampingan pengetahuan dan pelatihan pembuatan kemasan Usaha UKM bertujuan Desain kemasan produk Mitra UKM yang lebih menarik dan sehat. Saat kegiatan sosialisasi dan pendampingan : Mitra secara aktif memberikan informasi tentang kendala bahan baku, terlibat aktif dalam proses desain kemasan produk, menyiapkan berkas uji kelayakan kemasan Usaha UKM.

Analisa dari hasil pengamatan, pantauan dan pendampingan teknologi pengemasan, pengolahan yang baik, dilakukan secara deskriptif, berdasarkan data primer dengan pengamatan kuantitatif (termasuk uji laboratorium) dan kualitatif. Data skunder digunakan sebagai bahan pustaka dan diskusi/membahas agar lebih berbobot.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak dan Manfaat MBKM

- a. Bagi Mitra Sasaran
Kelompok Wanita Tani (KWT) dan UKM Mikro Kelompok Usaha Bersama (KUBE) akan mendapatkan banyak pengetahuan, perubahan inovasi kemasan, adanya informasi gizi dan komposisi pada kemasan produk.
- b. Mitra Kerjasama
Pimpinan Cabang Muhammadiyah (PCM) Desa Pandanrejo Kecamatan Pagak Kabupaten Malang menjadi termotivasi untuk mendorong UKM dibina
- c. Mahasiswa

Mahasiswa yang mengikuti program ini, Juan Abdi Restanti (Prodi Ekonomi Pembangunan FEB), Nur Evina Maknun (Prodi Informatika FT), Ari Setiawan (Prodi Teknologi Pangan FPP) merasa senang karena mendapatkan ilmu kemasyarakatan yang sangat luas, selain itu juga mendapatkan kompensasi 2 SKS mata kuliah dan menambah SKPI (Surat Keterangan Pendamping Ijazah) yang lumayan besar poin-nya (20 poin).

Hasil survey terhadap pengetahuan para UKM dan Kelompok Wanita Tani (KWT) dalam memperbaiki kualitas produk dan kemasan akan meningkatkan nilai jual serta meningkatkan kesejahteraannya. Komunikasi lebih lanjut dengan pada mitra UKM, diketahui beragam produk makanan-minuman yang dijual oleh Kelompok Wanita Tani Desa Pandanrejo, yaitu dapat dikelompokkan menjadi 3 kluster, (i) Produk makanan aneka keripik (kripik pisang original dan rasa manis, singkong, talas, batang pisang), pia, dan kue basah (kue cenil, pastel, dadar gulung), (ii) Produk makanan/pangan lauk pauk (telur asin, nugget, nasi tiwul, dan lain-lain), seperti pada gambar-gambar di bawah ini, dan (ii) Minuman instan dan jamu lokal “pemanfaatan tanaman Toga” (Minuman instan, jamu kunyit asem). Dari ke 24 produk yang dimiliki mitra UKM di Pandanrejo, dapat kami evaluasi penggunaan kemasan, dan pencatuman label produk mereka, seperti pada Tabel 1.



Gambar 1. Kelompok Aneka Keripik
Sumber : UKM Desa Pandanrejo, Kec. Pagak, Kab. Malang 2021



Gambar 2. Kelompok Kue dan Lauk Pauk
Sumber : UKM Desa Pandanrejo, Kec. Pagak, Kab. Malang 2021



Gambar 3. Kelompok Jamu Instan
Sumber : UKM Desa Pandanrejo, Kec. Pagak, Kab. Malang 2021

Tabel 1. Produk UKM KWT Pandanrejo Berdasarkan Jenis Produk dan Kemasan Yang Digunakan

| Kelompok Produk | Kemasan Yang Digunakan |
|---|---|
| <p>A. Minuman :</p> <p>Jamu Instan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. JaheEmprit 2. Jahe Merah 3. Jahe Sereh Kayu Manis 4. Temulawak 5. Kunyit 6. Temulawak-Kunyit 7. KunyitPutih <p>Jamu Kunyit Asem (Sari Minuman)</p> <p>Es Campur</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Jahe Emprit Kemasan : Produk menggunakan pouch plastik Label :Sudah terdapat label 2. Jahe Merah Kemasan :Produk menggunakan pouch plastik Label :Sudah terdapat label 3. Jahe Sereh Kayu Manis Kemasan :Produk menggunakan pouch plastik Label :Sudah terdapat label 4. Temulawak Kemasan :Produk menggunakan pouch plastik Label :Sudahterdapat label 5. Kunyit Kemasan :Produk menggunakan pouch plastik Label :Sudah terdapat label 6. Temulawak-Kunyit Kemasan :Produk menggunakan pouch plastik Label :Sudah terdapat label 7. KunyitPutih Kemasan :Produk menggunakan pouch plastik Label :Sudah terdapat label <p>Kemasan :Produk menggunakan botol plastik Label :Sudah terdapat label</p> <p>Kemasan :Produk menggunakan botol plastik Label :Sudah terdapat label</p> |
| <p>B. OlahanPangan</p> <p>- Kripik</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kripik Pisang 2. Kripik Singkong 3. Kripik Talas 4. Batang Pisang 5. Sale Pisang | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kripik Pisang Kemasan :Produk menggunakan pouch plastik Label :Sudah terdapat label 2. Kripik Singkong Kemasan :Produk menggunakan pouch plastik Label : Sudahterdapat label 3. Kripik Talas Kemasan : Produk menggunakan pouch plastik Label : Sudah terdapat label 4. Batang Pisang Kemasan : Produk menggunakan pouch plastik Label : Sudah terdapat label 5. Sale Pisang Kemasan : Produk menggunakan pouch plastik Label : Sudah terdapat label |
| <p>- Kue Basah</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cenil 2. Jemblem | <p>Kemasan : Produk menggunakan plastik mika Label : Sudah terdapat label</p> |
| <p>C. Lauk Pauk</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Telur Asin 2. Nasi Tiwul 3. AyamLawas 4. Sushi | <ol style="list-style-type: none"> 1. Telur Asin Kemasan : Produk menggunakan plastic mika Label : Belum terdapat label 2. Nasi Tiwul |

| | |
|------------|---|
| | <p>Kemasan : Produk menggunakan kertas minyak Label : Belum terdapat label</p> <p>3. AyamLawas Kemasan : Produk menggunakan plastic mika Label : Belum terdapat label</p> <p>4. Sushi Kemasan :Produk menggunakan plastic mika Label :Sudah terdapat label</p> |
| Keterangan | <p>Pada label semua produk belum sesuai dengan syarat pelabelan yang baik dan benar. Antara lain yang belum tertera pada label, yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi Nilai Gizi, 2. Komposisi, 3. BeratBersih (Netto/Isi), 4. TanggalProduksi, Kode Produksi, dan Masa Berlaku. |

Sumber : KWT Desa Pandanrejo Kec. Pagak, Kab. Malang 2021

Hasil survey dan wawancara langsung, diketahui bahwa para UKM rata-rata sudah memahami penggunaan bahan kemasan yang boleh digunakan, bahkan beberapa produk lauk pauk (ayam laos, nasi tiwul) menggunakan kemasan sederhana karena merupakan produk yang langsung dikonsumsi habis pada hari itu juga. Umumnya unyuk produk yang dapat dijual lebih lama, seperti jamu instan, aneka olahan kripik sudah menggunakan pengemas plastik PP dengan ketebalan yang cukup, sesuai dengan anjuran kesehatan. Produk seperti telur asin dikemas menggunakan plastik mika yang relatif lebih tebal dibandingkan dengan kemasan plastik mika untuk produk seperti aneka kue basah seperti jemblem, cenil dan sushi.

Penggunaan bahan pewarna yang masih perlu ditingkatkan pengetahuan mitra UKM yaitu pada produk cenil dan dadar gulung, dimana masih menggunakan pewarna sintesis mencolok, yang belum jelas penggunaannya apa melebihi batasan, padahal di wilayah pedesaan ada beberapa tanaman yang bisa dijadikan alternatif sebagai pewarna alami (hijau, kuning, dan merah/ungu) seperti pandan, daun sawi, kunyit, wortel, bunga mawar/kana (Saati, 2017, Saati, 2020), bunga telang (Saati, 2019) atau bahan yang lainnya.

Tabel 2. Informasi Permasalahan Kemasan dan Label Mitra UKM

| No | Jenis Produk | Kemasan awal | Solusi Yang Ditawar/ Berikan |
|----|--------------------|--|---|
| 1 | Telur Asin (bebek) | Berisi 6 butir, tanpa label | Kemasan bervariasi berisi 4 atau 6 butir, info gizi (protein), stempel kadaluarsa |
| 2 | Jahe merah instan | Label belum ada info gizi/nutrisi, kurang menarik | Perubahan label, info Kalori dan antioksidan (unggulan), stempel kadaluarsa |
| 3 | Sari kunyit asem | Label belum ada info komposisi, gizi/nutrisi, kurang menarik | Perubahan label, dilengkapi komposisi dan gizi (Kalori, Vit C) |
| 4 | Kripik pisang | Label belum ada info komposisi, gizi/nutrisi | Perubahan label, info Kalori, Gula dan stempel kadaluarsa |

Sumber : KWT Desa Pandanrejo Kec. Pagak, Kab. Malang 2021

Dalam rangka menyediakan bahan baku olahan produk makanan minuman tersebut maka, para petani dan keluarga di Desa Pandanrejo, terus memperbanyak penanaman

pisang, singkong dan berupaya menanam rempah-rempah yang dibutuhkan Mitra Ibu-ibu wanita tani mereka sendiri. Kebijakan demikian akan berdampak harga bahan baku lebih murah (dari pemanfaatan kebun mereka, lokasi pembelian dekat tidak perlu biaya transportasi dan penyimpanan yang cukup mahal), sehingga dalam perhitungan biaya supaya lebih terjangkau konsumen yang membutuhkan atau membelinya. Pemerintah daerah pemukiman pedesaan berhak atas kebijaksanaannya sendiri, dengan mempertimbangkan keinginan/kebutuhan penduduk (Adukova, ,2015;), termasuk UKM binaan dan sumberdaya masyarakat setempat.

Perbaikan mutu produk usaha mikro UKM diharapkan dapat dipercepat dengan kegiatan sosialisasi melalui ceramah dan pendampingan tim Pengabdian MBKM Kemenristek DIKTI bekerjasama dengan DPPM-UMM. Oleh karena nya tema ceramah yang dipilih yaitu : Makanan sehat mendukung Ketahanan pangan dan gizi keluarga, dan tema : “Inovasi kemasan produk pangan sehat mendukung program Pandanrejo unggul, dimana isi ceramah telah disiapkan menjadi buku saku, agar para peserta ceramah dan mitra UKM tersebut dapat lebih memahaminya, dengan membaca dan mengacunya kapan saja. Hal ini bertujuan agar produk unggulan potensial dapat dihasilkan dari pemanfaatn sumber bahan pertanian dari desa nya sendiri, atau minimal dapat mengembangkan tanaman di sekitar lokasi tempat tinggal mitra UKM agar lebih mudah ketersediaanya dan lebih murah harga bahan bakunya. Pembangunan sosial ekonomi daerah pedesaan ditingkatkan dengan memperhatikan kemampuan, sikap personil, logistik dan potensi agraria daerah (Adukov and Adukova, 2017).



Gambar 4. Balai Desa Tempat Musyawarah



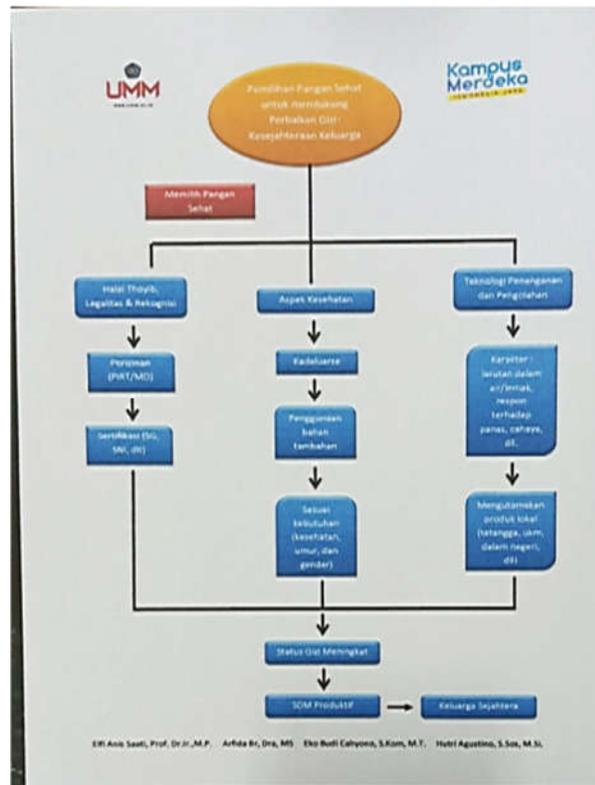
Gambar 5. Lahan Penanaman Bahan Baku Usaha UKM

Sumber :Desa Pandanrejo Kec. Pagak, Kab. Malang 2021



Gambar 6. Kegiatan Penyuluhan

Sumber : KWT Desa Pandanrejo Kec. Pagak, Kab. Malang 2021



Gambar 7. Flow Chart Tips Membuat dan Memilih Pangan Sehat
 Sumber : KWT Desa Pandanrejo Kec. Pagak, Kab. Malang 2021

Perbaikan Kemasan Melalui Pendampingan

Upaya perbaikan kemasan dan branding produk ini dilakukan terhadap label dengan merubah/memperbaiki gambar, simbol dan bentuk kemasan (jika memungkinkan), serta isi narasi label yang berisi komposisi, informasi tanggal kadaluarsa, kandungan gizi atau non gizi (bermanfaat/baik : seperti jumlah daya antioksidan, Kalori, gizi yang lainnya) agar dapat lebih bisa ditonjolkan sebagai branding unggulan produk. Kegiatan demikian juga membatu pemerintah dalam upaya melindungi konsumen sesuai UU No. 8 /1999 tentang Perlindungan konsumen, tertera pada Pasal 4 huruf c : Konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Dari lima belas (15) mitra UKM dan sekitar 24-26 jenis produk makanan-minuman, maka terpilihlah beberpa produk yang layak untuk ditingkatkan mutunya baik mutu produk, kemasan maupun isi narasi label, ada 4 produk antara lain jamu instan, jamu minuman segar, telur asin dan kripik (pisang). Penunjukan produk tersebut, merupakan upaya meningkatkan kemampuan dan daya saing mitra UKM di Pandanrejo, Kecamatan Pagak-Malang, yang berharap nantinya dapat menjadi Desa Unggul. Pandemi covid menuntut pemilihan pangan (makanan-minuman) yang tepat dan sehat agar masyarakat juga memperbaiki gizi keluarga agar terhindar dari paparan virus Covid serta meningkat imunitas tubuhnya.

Perbaikan kemasan produk KWT ini diharapkan akan dapat meningkatkan daya tarik konsumen/pembeli, sehingga berlanjut pada peningkatan hasil penjualan UKM. Dalam memperbaiki mutu kemasan, perlu memperhatikan beberapa elemen kemasan seperti warna, bahan dan desain Kemasan. Kemasan/pembungkus dan inovasinya merupakan faktor yang lebih penting ketika konsumen membuat keputusan pembelian (Mazhar, M, et.al., 2015; Arifudin dkk, 2020).



Gambar 8. Perbaikan Kemasan Label Telur asin
Sumber : KWT Desa Pandanrejo Kec. Pagak, Kab. Malang 2021



Gambar 9. Aneka Produk Mitra KWT Pandanrejo
Sumber : KWT Desa Pandanrejo Kec. Pagak, Kab. Malang 2021

Kelompok Wanita Tani, PKK dan penyuluh pertanian serta aparat desa yang lain bekerjasama saling menguatkan agar cita-cita mempunyai produk unggulan dapat terlaksana, perlu komunikasi, musyawarah, menyusun strategi bersama, didampingi Tim pengabdian dari UMM, yang terdiri atas para dosen (sesuai bidang keahlian) dan mahasiswa yang juga turut meningkatkan pengalaman, ketrampilan dalam mendampingi masyarakat desa dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi, termasuk peningkatan mutu produk dengan perbaikan kemasan, label yang menarik dan melakukan “branding unggulan produk”, serta perbaikan standar melalui pemahaman pentingnya SOP berdasarkan CCPOB (Pedoman Cara Produksi Pangan Olahan Yang Baik). Diantaranya yaitu memperbaiki bahan tambahan makanan yang digunakan, danjurkan menggunakan bahan baku lokal yang potensial membantu meningkatkan imunitas tubuh di masa pandemi seperti kandungan senyawa bioaktif pigmen, sekaligus menggantikan penggunaan pewarna berbahaya (Wantex). Hal seperti dapat membantu pemberdayaan petani atau keluarga masyarakat Desa dengan membeli bahan baku dari desa nya sendiri, bahkan bisa menjadi peluang menambah penghasilan keluarga. Juga turut membantu meningkatkan status kesehatan masyarakat karena memilih penggunaan senyawa baik yang bermanfaat seperti pewarna dan aroma/essens alami yang mengandung antioksidan tinggi, diantaranya daun pandan (wangi, suji), serih (Oladeji dkk, 2019), jahe (Ling Ang dkk, 2020; Khan dkk, 2018), maupun bahan lainnya dari desa setempat.

Hasil pantauan dan diskusi tim pelaksana program, akhir disepakati dari beberapa (5-8 produk) yang layak untuk didampingi lebih lanjut agar segera memunyai Branding sebagai produk unggulan Desa dan naik kelas dengan melanjutkan ijin edar dan sertifikasi lainnya(halal/SNI atau HACCP) agar dapat meningkat daya saing mutu dan penjualannya, dibantu promosi yang meluas melalui teknologi IT dan perluasan pasar (off dan online). Jamu instan akan ditingkatkan branding nya melalui pencantuman nilai kandungan daya antioksidan, sebagai komponen yang umum digunakan dan dipercaya dapat menambah imunitas dan mencegah infeksi penyakit dalam tubuh manusia. Telur asin yang potensial dengan ukuran telur bebek yang cukup besar, dan dengan kandungan protein yang tinggi, diharapkan juga dapat meningkatkan fungsi pertumbuhan sel-sel baru memperbaiki jaringan yang aus, serta kripik pisang dipilih dilakukan Branding jumlah kalori supaya konsumen dapat menyesuaikan tujuan dietnya (ingin mengurangi Kalori atau menambahnya) dan cita rasa yang sesuai dengan organoleptik konsumen (tekstur renyah dengan cita rasa sesuai).

Tabel 3. Hasil Branding Beberapa Produk Mitra KWT Desa Pandanrejo

| Jenis Produk | Branding/ Gizi, bioaktif | Hasil analisa, pustaka* | Keterangan |
|---------------------------------|-----------------------------|--|--|
| Telur Asin bebek | Protein | 13,5-14%* | Protein, merupakan gizi penting dalam telur, dan berguna untuk regenerasi/perbanyakan sel |
| Jamu instan | Daya antioksidan Kalori | 55,52% 90 Kalori | Antioksidan merupakan senyawa biosktif yang dapat menangkal radikal bebas (racun, bahan berbahaya lainnya). Kalori adalah sumbangan energi yang diperlukan manusia |
| Sari minuman jamu (kunyit asem) | Vitamin C Kalori Gula | 0,756 %* 113,3 Kalori 20 mg/200 ml | Vitamin C merupakan komponen penting dalam asem berfungsi sebagai antioksidan juga. Gula (sukrosa) merupakan jenis gula yang menyumbangkan Kalori, jumlah konsumsi harap disesuaikan |
| Aneka kripik (pisang) | Kalori Lemak Gula | 529 Kalori 33,6 g 35 g | Pisang merupakan bahan yang cukup kaya mengandung pati, gula penyumbang kalori |

Sumber : Analisa laboratorium Teknologi Pangan UMM, * Pustaka

Branding yang diterakan pada label produk mitra KWT diaharpkan dapat mendorong promosi dan daya saing guna mempercepat capaian menjadi produk unggulan Desa, sesuai dengan manfaat/keunggulan kandungan yang dimiliki masing-masing produk, seperti uraian dalam Tabel 3 tersebut. Jamu instan, di branding daya antioksidan karena merupakan senyawa bioaktif yang dapat menangkal radikal bebas (racun, bahan berbahaya lainnya), dimana pada masa pandemi Covid dapat meningkatkan imunitas tubuh dan mencegah paparan covid, sehingga anggota keluarga dan konsumen menjadi lebih sehat.

Dalam rangka kendali atas capaian tujuan program maka tim evaluasi dengan melakukan monitoring, pengawasan, pelaporan secara berkala mempertimbangkan keterbatasan waktu dan biaya, memantau perkembangan kemampuan kelola mitra dalam melaksanakan seluruh program. Hasil pendampingan dosen dan mahasiswa sesuai bidang keahlian, telah dilaksanakan dengan baik, penuh semangat bersama terhadap capaian keberhasilan dalam setiap kegiatan. Tantangan dalam mencari cara kerja yang inovatif

untuk meningkatkan kinerja organisasi/lembaga baik UKM maupun pemerintah daerah, serta peran pemimpin dalam menumbuhkan lingkungan pola pikir yang tepat (Rami, A.Md., *et al.*, 2021). Diharapkan 1-3 tahun mendatang Desa pandanrejo dapat memberikan perhatian, fasilitas tambahan dan memperbanyak kegiatan kerjasama dengan pihak luar/lain seperti universitas dan Dinas terkait dalam mempercepat capaian UKM naik kelas, dengan melakukan kegiatan/program workshop dan pendampingan perolehan ijin edar (PRIT/MD) maupun sertifikasi lainnya seperti SNI, Sertifikasi Halal, serta perbaikan kelola lainnya, agar dapat dicapai Desa unggul dengan mempunyai beberapa Produk unggulan Desa. Hal ini sesuai dengan pendapat Adukova, *et al.*(2015), bahwa keseimbangan kekuatan, konsolidasi fungsi otoritas lokal, merupakan prinsip-prinsip yang akan membantu untuk lebih memanfaatkan potensi daerah pedesaan dan sosialnya.

KESIMPULAN

Kesimpulan, dampak yang dapat diperoleh dari pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan tema “Usaha mikro olahan makanan sehat melalui inovasi kemasan dan optimalisasi berbasis E-commerce dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Pandanrejo” antara lain: Kegiatan sosialisasi Makanan sehat mendukung Ketahanan pangan dan gizi keluarga, dan “Inovasi kemasan produk pangan sehat mendukung program Pandanrejo unggul berjalan dengan lancar. Peserta dalam pelaksanaan terlihat bersemangat dan aktif selama mengikuti kegiatan sosialisasi serta pendampingan perbaikan kemasan dan label produk. Keberhasilan sosialisasi dipengaruhi oleh koordinasi, komunikasi berkelanjutan serta peran pendamping yaitu dosen dan pelibatan mahasiswa, serta peran Pemerintah Desa dalam mendukung program. Mitra UKM menilai kemasan dan label branding hasil kegiatan pendampingan lebih menarik. Nilai jual lebih tinggi sehingga meningkatkan pendapatannya dan lebih sejahtera. Pemilihan produk UKM yang potensial diharapkan dapat meningkatkan daya tarik Desa serta menjadi rintisan produk unggulan dan capaian Desa unggul/Tangguh, oleh karena itu perlu memperoleh perhatian lebih dari aparat Desa Pandanrejo Pagak Malang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kepada Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Riset dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Tahun 2021, mitra sasaran, mitra kerjasama, serta DPPM-UMM tahun 2021 beserta warga Desa Pandanrejo sangat berterima kasih. Keberlanjutan program ini sangat diharapkan antara lain UKM Naik Kelas yang diharapkan memiliki ijin NIB, PIRT, MD BPOM, Sertifikasi Halal, dan Merk produk. Kemudian keberlanjutan dalam program menangani stunting dengan ketersediaan pangan segar sebagai bahan baku untuk olahan bagi balita (tinggi protein, mineral ptg Fe, Zink, I, Dll), bumil (imun, pegiat ASI, protein, Fe,P), dan remaja putri (menghindar anemia). *We thank the Ministry of Higher Education and Research of Indonesia under the Grant No. 400/PPK/Kerma/PKS/2021 for their support of this research. Any opinions, findings, and conclusions or recommendations expressed in this material are those of the authors and do not necessarily reflect the views of the Ministry of Higher Education and Research of Indonesia.*

REFERENSI

- Adukova, AN.(2015) The Basic Principles of Management of Rural Development. Economy of Agricultural and Processing Enterprises. ISSN : 0235-2494
- Adukov, R Kh, Adukova, AN. (2017). Relevance and Problems of Rural Areas' Economic Capacity Assessment Economy, Work, Management in Agriculture (ISSN : 2077-

3595).

- Ang L, Lee H W, Choi J W, Zhang J, Lee M S. 2020. Herbal Medicine and Pattern Identification for Treating COVID-19: A Rapid Review of Guidelines. *Integrative Medicine Research*, 9 (2) : 1-14.
- Amaya, N., & Alwang, J. (2011). Access to Information and Farmer's Market Choice: The Case of Potato in Highland Bolivia. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 1(4), 35–53. <https://doi.org/10.5304/jafscd.2011.014.003>
- Arfida BR, M.Wachid & S.P. Abrina Anggraini (2016). E-Commerce di Era Perdagangan Modern. UMM Press. <https://ummpress@gmail.com>
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Khamidah, N. (2005). Analisis Pengaruh Faktor Lingkungan Terhadap Inovasi Produk Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Perusahaan kerajinan keramik di Sentra Industri Kasongan, Kabupaten bantu, Yogyakarta). In *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* (Vol. 4, Issue 3, pp. 231–246). <https://doi.org/10.14710/jspi.v4i3.231-246>
- Khan A, Ansair M I, Maheswari R K. (2018). Phytochemistry and Pharmacological Properties of Ginger (*Zingiber officinale*). *Molecular Biology and Pharmacognosy and Beneficial Plants*. New Delhi, India : Lenin Media Private Limited, p 97-100.
- Kotler, P. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Mazhar, Mahera, Sayeda Daud, Sana Arz Bhutto, M. Mubeen. 2015. Impact of Product Packaging on Consumers Buying Behavior Evidence from Karachi. *Jurnal of Marketing and Consumer Research*, Vol. 16, pp. 35-42 (2015).
- Oladeji O S, Adelowo F E, Ayodele D T, Pdelade K A. 2019. Phytochemistry and pharmacological activities of *Cymbopogon citratus*: A review. *Scientific African*.6, e00137.doi: 10.1016/j.sciaf.2019.e00137.
- Opan Arifudin, Fenny Damayanti Rusmana, Rahman Tanjung, & Udin Wahrudin. (2020). Inovasi Kemasan Dan Perluasan Pemasaran Dodol Nanas di Subang Jawa Barat. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 408–417. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i3.4469>
- Rami, A.Md., Faiq Azizi, Zeinab Z and Abdullah Ibrahim., 2021. Assessing the Challenges of Local Leaders in Rural Community development : a Qualitative Studi in malayisa. *Jurnal Social Science & Humanities*, ISSN : 0128-7702. *Pettanika J.Soc.Sci & Hum*.19 (S1)1-18 (2021).Journal homepage: <https://www.pertaniak.upm.edu.my/>
- Saati E A, Ramadhan A H, Lutfi M, Wahyudi V A, Manshur H A. 2020. Utilization of Rose Flower Extract as Antioxidant Rich Drink. *IOP Conference Series : Earth and Enviromental Science*.
- Saati E A. 2016. Antioxidant power of rose anthocyanin pigment. *ARPN Journal of Engineering, and Applied Sciences*, 11(17) : 10201-1024.
- Tambajong, G. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di Pt. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. *Jurnal EMBA*, 1(3), 1291–1301.
- Widayati, R., & Rahman, M. (2019). *Aktivitas Pemasaran Produk Tabungan Pada Pt. Bpr Rangkang Denai Payakumbuh Barat*. 1–10. <https://doi.org/10.31219/osf.io/3z7p6>