

PENDAMPINGAN PENGEMASAN DAN PELABELAN PRODUK USAHA IKAN ASAP PARI GUNA MENINGKATKAN MINAT BELI DESA MUARA KEC. TONRA KAB. BONE.

Rizkiani¹⁾, Nurwahida²⁾, Abd. Muhaemin Nabir³⁾, Syarigawir⁴⁾, Zaenal Abidin⁵⁾

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi Dan Hukum Islam, Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai
Email: ¹rizkianikiky21@gmail.com. ²rusdamnurwahida@gmail.com.

Abstrak:

Kemasan merupakan salah satu faktor yang menjadi penunjang dalam meningkatkan minat beli masyarakat dan menjadi fokus pertama kali konsumen sebelum menikmati atau menggunakan suatu produk. Kemasan yang baik, tidak hanya membuat konsumen tertarik, namun juga dapat menjaga kualitas dan kehygienisan suatu produk. Begitupun dengan fungsi label yang memberikan informasi tentang produk. Adapun tujuan kegiatan pendampingan ini: untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya kemasan dan pemberian label guna pengembangan kreatifitas. Metode penerapan yang dilakukan yakni tahapan observasi, sosialisasi, pelaksanaan dan evaluasi. Hasil dari kegiatan pendampingan: Pertama, pemilik usaha dapat memahami pengetahuan dasar tentang pentingnya kemasan dan pelabelan produk. Kedua, percobaan yang dilakukan terkait perbandingan antara sebelum dan sesudah menggunakan kemasan ditemukan bahwa kemasan mempengaruhi minat beli masyarakat.

Kata Kunci: Kemasan, Label, Minat Beli

Abstract:

Packaging is one of the supporting factors in increasing people's buying interest and being the first focus of consumers before enjoying or using a product. Good packaging, not only attracts consumers, but also maintains the quality and hygiene of a product. Likewise with the function of the label that provides information about the product. The purpose of this mentoring activity: to provide an understanding of the importance of packaging and labelling for development of creativity. The method of application is the stages of observation, socialization, implementation and evaluation. Outcomes of mentoring activities: First, business owners can understand basic knowledge about the importance of product packaging and labeling. Second, an experiment conducted regarding the comparison between before and after using the packaging found that packaging affects people's buying interest.

Keywords: Packaging, Labels, Buying Interest.

I. PENDAHULUAN

Dalam dunia usaha, persaingan bisnis merupakan hal yang wajar. Setiap perusahaan berlomba-lomba dalam menawarkan berbagai macam keunggulan dan manfaat produk yang di pasarkannya dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Untuk menghadapi persaingan tersebut, manajemen usaha harus cerdas dalam menciptakan ikatan tertentu antara produk yang ditawarkannya dengan konsumen. Perusahaan dituntut untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai.

Ada beberapa faktor yang dapat menjadi penunjang dalam meningkatkan minat beli masyarakat terhadap sebuah produk, yakni salah satunya kemasan. Minat beli merupakan sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Priyanti, dkk., 2017).

Kemasan atau *packaging* adalah suatu wadah yang menempati suatu barang agar aman, menarik, mempunyai daya pikat dari seorang yang ingin membeli suatu produk (Mukhtar dan Nurif, 2015). Sedangkan pengemasan merupakan didefinisikan sebagai aktifitas merancang dan memproduksi wadah atau pembungkus suatu produk. Bungkus atau kemasan yang menarik akan memberikan nilai plus pada konsumen yang sedang membedakan beberapa produk yang bentuk dan mutunya hampir sama. Adanya wadah atau pembungkus dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan, melindungi produk yang ada didalamnya, melindungi dari bahaya pencemaran serta gangguan fisik (gesekan, benturan, getaran) (Kaihatu, 2014). Kemasan menjadi fokus pertama kali konsumen sebelum menikmati atau menggunakan suatu produk. Kemasan yang baik, tidak hanya membuat konsumen tertarik, namun juga dapat menjaga kualitas dan ke higienisan suatu produk.

Selain itu, faktor lain yang juga penting adalah label produk. Label merupakan bagian dari kemasan secara keseluruhan dan harus dipertimbangkan pada tahap awal dalam proses desain kemasan. Label juga bisa hanya mencantumkan merek atau dapat pula mencantumkan banyak informasi.

(Susetyarsi, 2012) Adanya label dapat menjadikan sebuah identitas pembeda dengan kompetitor yang lain. Dengan label dapat memberikan informasi seperti mengenai kualitas, *brand*, kode produksi, komposisi, logo usaha atau produk kita.

Desa Muara merupakan salah satu dari 11 desa di wilayah Kecamatan Tonra. Desa yang memiliki luas 17,63 Km² dan memiliki jumlah penduduk sekitar 785 jiwa. Sebagian besar mata pencaharian masyarakat di daerah ini adalah sebagai petani, peternak dan juga nelayan. Desa Muara juga terdapat sebuah usaha yang bergerak dibidang pengolahan hasil laut yakni pengasapan ikan pari. (LPPD Muara, 2022)

Pengasapan merupakan cara pengolahan dengan memanfaatkan kombinasi perlakuan pengeringan dan pemberian senyawa kimia alami dari hasil pembakaran bahan bakar alami yang mempengaruhi proses pengasapan, diantaranya suhu pengasapan (Husen, 2018). Para nelayan akan membawa hasil tangkapan ikan ke rumah produksi untuk diolah menjadi ikan asap. Setelah itu, ikan asap siap dijual dan dibawa ke pasar. Namun yang menjadi problema usaha ini, adalah dari segi pengemasan yang masih menggunakan baskom atau benda sejenisnya.

Masyarakat dianggap masih kurang kreatif dalam mengelola usahanya, kita ketahui juga bahwa ikan asap pari adalah produk yang harus segera dipasarkan. Tentu hal ini menyebabkan ikan asap pari yang tidak laku di pasar mengalami kerusakan jika melewati batas maksimal ketahanan ikan asap pari. Tetapi berdasarkan pengakuan dari pelaku usaha, ikan asap pari akan tahan lebih lama jika berada dalam wadah tertutup atau berada dalam freezer. Hal tersebut memerlukan kemasan yang mampu membuat daya tahan produk lebih lama. Selain itu, pembuatan kemasan juga bertujuan agar ikan asap pari dapat memudahkan konsumen menikmati produk tersebut dengan kemasan yang lebih praktis karena mudah dibawa kemana-mana.

Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan tersebut maka dilaksanakanlah program kerja ini “Pendampingan Pengemasan Dan Pelabelan Produk Usaha Ikan Asap Pari Guna Meningkatkan Minat Beli Di Desa Muara Kec. Tonra Kab. Bone” Adapun tujuan pelaksanaan kegiatan ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada pemilik usaha tentang pentingnya kemasan dan label guna mengembangkan kreatifitas dalam mengelola usaha dengan jaringan yang lebih luas serta produk usaha ini memiliki potensi untuk dijadikan sebagai oleh-oleh khas Desa Muara.

II. METODE PENERAPAN

Metode penerapan yang dilaksanakan dalam program kerja ini adalah metode pengembangan usaha yang memiliki potensi untuk dapat diangkat menjadi salah satu ikonik/atau khas dari desa ini yakni ikan asap pari. Berdasarkan gambaran umum yang diperoleh bahwa nelayan yang berada didesa ini sebagian besar memang hanya menangkap ikan pari untuk dijual baik mentahan maupun diolah menjadi ikan asap. Maka dari itu perlu di laksanakan pendampingan untuk mengembangkan usaha tersebut khususnya pada perbaikan pengemasan maupun label produk.

Dalam melaksanakan program ini, hal pertama yang dilakukan dengan observasi langsung di lingkungan Desa Muara meninjau usaha produk ikan asap pari yang paling aktif dalam menjalankan usahanya. Observasi ini dilaksanakan pada bulan februari. Setelah observasi maka dilanjutkan dengan sosialisasi di salah satu usaha ikan asap pari yang dipilih menjadi objek program kerja. Sosialisasi yang dilakukan kepada pemilik usaha meliputi rencana program kerja yang akan dilaksanakan sekaligus memberikan literasi manfaat pengemasan dan pelabelan produk serta potensi usaha ikan asap pari yang ada di desa Muara ini sehingga dapat memiliki jangkauan yang luas.

Kemudian pada pelaksanaan pendampingan, yakni tahapan pembuatan desain label produk dan penyediaan kemasan produk. Ada dua bentuk kemasan yang disediakan yakni *standing pouch* aluminium dan *thinwall* kotak. Pelaksanaan pendampingan dilakukan dengan pengenalan langsung kepada pemilik usaha, kemasan yang akan digunakan kemudian dilanjutkan dengan pengemasan produk.

Lalu tahap akhir yaitu evaluasi dilakukan dengan melakukan percobaan untuk melihat perbandingan minat beli calon konsumen antara sebelum dan sesudah menggunakan kemasan di salah satu media sosial sebagai wadah promosi.

III. HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN

Pada pelaksanaan kegiatan program kerja kepada masyarakat berupa kegiatan pendampingan pengemasan dan pelabelan produk bagi salah satu pelaku usaha ikan asap pari yang ada di Dusun Bulupucu Desa Muara Kec. Tonra.

Usaha ini merupakan usaha yang memiliki potensi untuk bisa dikembangkan dengan sektor yang lebih luas. Masyarakat yang berprofesi sebagai nelayan di desa ini memang memperuntukkan hanya menangkap ikan pari untuk di olah menjadi ikan asap atau dijual langsung secara mentahan.

Kegiatan dalam pendampingan ini diawali dengan tahapan persiapan dengan peninjauan langsung usaha ikan asap pari yang aktif. Kemudian dilanjutkan pada tahapan sosialisasi kepada pemilik usaha yang dipilih menjadi objek program kerja. Lalu, tahap pelaksanaan program kerja yang diagendakan pada bulan Maret meliputi pembuatan desain label serta penyediaan kemasan kepada pemilik usaha.



Gambar 1. Pengemasan Produk Ikan Asap Pari



Gambar 2. Produk Ikan Asap Pari Dusun Bulupucu Desa Muara

Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan dari pendampingan pengemasan dan pelabelan tersebut ditemukannya minat beli masyarakat meningkat berupa experiment (percobaan) kecil-kecilan yang dilakukan pada salah satu media sosial. Pada percobaan pertama dengan memasukkan foto produk tanpa kemasan. Alhasil, ada beberapa yang merespon karena tidak bisa dipungkiri olahan ikan asap pari memang di minati masyarakat. Namun selang beberapa hari, saat dilakukan percobaan kedua yakni produk tersebut dimasukkan di salah satu media sosial dengan menggunakan kemasan yang menarik berserta label, respon beberapa pengguna medsos mengalami peningkatan dari percobaan pertama. Hal ini membuktikan, bahwa pemberian kemasan dan label meningkatkan minat beli masyarakat. Oleh karena itu, diharapkan agar pendampingan ini memberikan manfaat bagi pelaku usaha sasaran berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam membuat kemasan suatu produk olahan. Sehingga tampilan produk yang lebih baik dan aman serta pengemasan yang baik bisa meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan.

IV. KESIMPULAN/SARAN

Selama dua bulan melaksanakan Kuliah Kerja Nyata Profesi, berbaur dengan masyarakat khususnya pada Pendampingan Pengemasan dan Pelabelan Produk Usaha Ikan Asap Pari telah banyak memberikan pengalaman dan pelajaran yang sangat berharga secara pribadi dan dalam penyusunan laporan KKN-P ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Dalam pelaksanaan KKN-P di Desa Muara Kec. Tonra, dapat melihat langsung proses pembuatan pengasapan ikan asap pari.
- b. Dapat terjun langsung mengamati kondisi masyarakat serta lingkungan yang ada di Desa Muara.
- c. Mendapatkan dukungan dan partisipasi dari masyarakat dan pemerintah cukup memadai, sehingga dalam merealisasikan program kerja kami tidak mengalami kesulitan yang menghambat proses jalannya Program KKN-P ini.
- d. Begitupun dengan respon masyarakat pada objek KKN-P yakni salah satu rumah produksi olahan produk ikan asap pari yang cukup baik karena kesediaannya untuk turut dalam proses jalannya program kerja yang dilaksanakan ini selama kurang lebih dua bulan lamanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Husen, Aziz. (2018). Pengolahan Ikan Cakalang Asap (*Katsuwonus Pelamis*) Dengan Penilaian Organoleptik. *E- Jurnal Penelitian*. 165. Diakses dari <http://ejournal.unkhair.ac.id/index.php/techno>.
- Kaihatu, Thomas S. (2014). Manajemen Pengemasan. 2. Laporan Penyelenggaraan Pemerintahan Desa. (2022). 1.
- Mukhtar, Syukrianti dan Nurif, Muchammad. (2015). Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *E – Jurnal Sosial Humaniora*. 181. Diakses dari <http://iptek.its.ac.id>

Priyanti, Yuli., dkk. (2017). Minat Beli Konsumen Toko Sepatu Bata Di Pasar Raya Padang Dilihat Dari Sikap Dan Iklan. E – *Jurnal Pundi*. 89. Diakses dari <https://ojs.akbpstie.ac.id>.

Susetyarsi, Th. (2012). Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi*. 23. Diakses dari <http://media.neliti.com>.