



### PENINGKATAN DAYA SAING USAHA MELALUI PERBAIKAN KEMASAN DAN PEMASARAN

**Sanusi<sup>1)</sup>, Larisang<sup>2)</sup>, M. Ansyar Bora<sup>3)</sup>**

<sup>1,2</sup> Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Ibnu Sina

<sup>3</sup> Program Studi Manajemen Rakayasa, Institut Teknologi Batam

e-mail: sanusi@uis.ac.id<sup>1</sup>, larisang@uis.ac.id<sup>2</sup>, ansyar@iteba.ac.id<sup>3</sup>

#### ABSTRAK

UKM (Usaha Kecil Menengah) memegang peranan yang sangat penting dalam memajukan perekonomian Indonesia khususnya di kota kota Batam. Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru, UKM juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi pasca krisis moneter tahun 1997 di saat perusahaan-perusahaan besar mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Segmen UMKM di Propinsi Kepulauan Riau juga terhitung tinggi dimana lebih dari 60.000 UMKM atau 3,0% dari jumlah penduduk provinsi, lebih tinggi dari *share* UMKM nasional yang hanya sebesar 1,6% di tahun 2012. Komposisi sebaran tertinggi berada di Batam yaitu 67%, diikuti oleh Tanjung Pinang 19%, Natuna 5%, dan Bintan 3%. Selain itu Batam juga merupakan daerah yang berbatasan langsung dengan negara tetangga seperti Singapore dan Malaysia serta menjadi pusat tujuan wisata baik dari wisatawan lokal maupun manca negara. Sehingga hal ini memberikan peluang besar bagi UKM untuk menjual produk-produk hasil olahan yang akan dijadikan sebagai buah tangan atau oleh-oleh bagi wisatawan. Peningkatan daya saing bisa dilakukan dengan melakukan perbaikan kemasan dan pemasaran yang memperhatikan aspek lingkungan dan social. Perkembangan teknologi dan peningkatan pengetahuan calon pelanggan dimasa akan datang. Pelatihan yang dilakukan memberikan pemahaman dan ketertarikan pelaku usaha dalam mengembangkan usaha dan meningkatkan ketrampilan serta pemahaman tentang ilmu pengetahuan dan teknologi.

**Keywords:** *Usaha Kecil, Pengepakan dan Pelatihan, Produk.*

#### ABSTRACT

*SMEs (Small and Medium Enterprises) play a very important role in advancing the Indonesian economy, especially in the city of Batam. Apart from being an alternative for new employment opportunities, SMEs also play a role in boosting the pace of economic growth after the 1997 monetary crisis, when large companies experienced difficulties in developing their businesses. The MSME segment in Riau Islands Province is also high where more than 60,000 MSMEs or 3.0% of the total population of the province, higher than the national MSME share which was only 1.6% in 2012. The highest distribution composition is in Batam, which is 67%. , followed by Tanjung Pinang 19%, Natuna 5%, and Bintan 3%. In addition, Batam is also an area directly adjacent to neighboring countries such as Singapore and Malaysia as well as being the center of tourist destinations for both local and foreign tourists. So this provides a great opportunity for SMEs to sell processed products that will be used as souvenirs or souvenirs for tourists. Increasing competitiveness can be done by improving packaging and marketing that pays attention to environmental and social aspects. Technological developments and increasing knowledge of prospective customers in the future. The training provided provides understanding and interest for business actors in developing their businesses and improving skills and understanding of science and technology.*

**Keywords:** *Small Business, Packing and Training, Product.*

## PENDAHULUAN

UKM (Usaha Kecil Menengah) memegang peranan yang sangat penting dalam memajukan perekonomian Indonesia khususnya di kota kota Batam. Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru, UKM juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi pasca krisis moneter tahun 1997 di saat perusahaan-perusahaan besar mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Segmen UMKM di Propinsi Kepulauan Riau juga terhitung tinggi dimana lebih dari 60.000 UMKM atau 3,0% dari jumlah penduduk provinsi, lebih tinggi dari *share* UMKM nasional yang hanya sebesar 1,6% di tahun 2012. Komposisi sebaran tertinggi berada di Batam yaitu 67%, diikuti oleh Tanjung Pinang 19%, Natuna 5%, dan Bintan 3%. Selain itu Batam juga merupakan daerah yang berbatasan langsung dengan negara tetangga seperti Singapore dan Malaysia serta menjadi pusat tujuan wisata baik dari wisatawan lokal maupun manca negara. Sehingga hal ini memberikan peluang besar bagi UKM untuk menjual produk-produk hasil olahan yang akan dijadikan sebagai buah tangan atau oleh-oleh bagi wisatawan.. Pertumbuhan ekonomi dan peningkatan jumlah penduduk dan pengunjung di Batam berbanding lurus dengan peningkatan jumlah pesaing baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri seperti Singapore, Malaysia, Thailand, China dan negara-negara lainnya.

Kemasan menjadi salah satu masalah utama yang dihadapi usaha kecil dan menengah (UMKM) bukan saja di kota Batam tetapi hampir diseluruh kota di Indonesia. Padahal, kemasan merupakan kunci bagi produk untuk lebih menjual dan memiliki nilai tambah. Sebagian besar UMKM di Indonesia masih mengemas produknya dengan tampilan yang tidak menarik. Sebab, masih ada pandangan bahwa kemasan itu mahal pandangan itu ada karena UKM mengira dibutuhkan alat yang mahal untuk mengemas produk makanan atau pun minumannya agar menarik konsumen. Berdasarkan hasil survey dan interview singkat yang dilakukan kepada wisatawan yang mengunjungi kota Batam, usaha kripik yang ada di pasaran khususnya yang diproduksi ukm di kota Batam belum bisa berkompetisi dengan produk-produk dari luar Batam dan dari negara Malaysia dan Thailand. Hal ini disebabkan karena kemasan produk yang belum menarik dan belum mempunyai standar kemasan yang bisa menyakinkan calon pembeli bahwa kripik dalam kondisi layak konsumsi atau sudah kadar luwarsa (expired). Selain itu tidak adanya izin dari BPOM, sertifikasi halal dan sertifikasi-sertifikasi lainnya. Oleh karena itu, UKM yang sedang diusulkan ini belum bisa memperluas penjualan ke supermarket, mall dan pusat-pusat oleh kota Batam. Permasalahan-permasalahan tersebut perlu mendapat perhatian serius serta bimbingan dan penyuluhan oleh pemerintah dan institusi pendidikan yang terkait.

Oleh karena itu perlu tujuan pengabdian ini adalah untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada pelaku usaha dan calon pelaku usaha agar bisa bersaing di dunia usaha terutama yang berhubungan dengan perbaikan kemasan dan pemasaran agar bisa tetap bisa bersaing.

## **METODE**

Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan mengikuti langkah-Langkah Pelaksanaan sebagai berikut:

a) **Observasi dan Survei**

Sebelum dilaksanakan obeservasi dilakukan di lapangan untuk melihat aktivitas yang dilakukan UKM dan bentuk kemasan yang ada di pasaran. Survei ini dilakukan kepada beberapa UKM di Kota Batam.

b) **Perencanaan Konsep Kegiatan PKM**

Setelah survey dilakukan teridentifikasi beberapa persoalan yang memungkinkan untuk dilakukan pada tahapan awal kegiatan PKM. Permasalahan pertama adalah masih kurang pahamnya pelaku UKM dengan strategi pembuatan packaging dan pemasaran dan perkembangan kebutuhan masyarakat dimasa akan datang.

c) **Studi Pustaka**

Setelah dilakukan observasi kepada objek sasaran, didapatkan bahan terkait dengan informasi yang harus diberikan kepada sasaran program. Informasi tersebut dicari melalui jurnal, artikel, textbook dan browsing internet. Informasi yang didapatkan dijadikan dasar dalam memberikan masukan dan palatihan kepada UKM akan apa yang akan dilaksanakan dimasa yang akan datang.

d) **Persiapan Admistrasi dan Birokrasi**

Melakukan persiapan dengan cara mengundang peserta pelatihan dan meminta izin kepada pihak-pihak terkait. Setelah dilakukan observasi dan perencanaan teknis kegiatan.

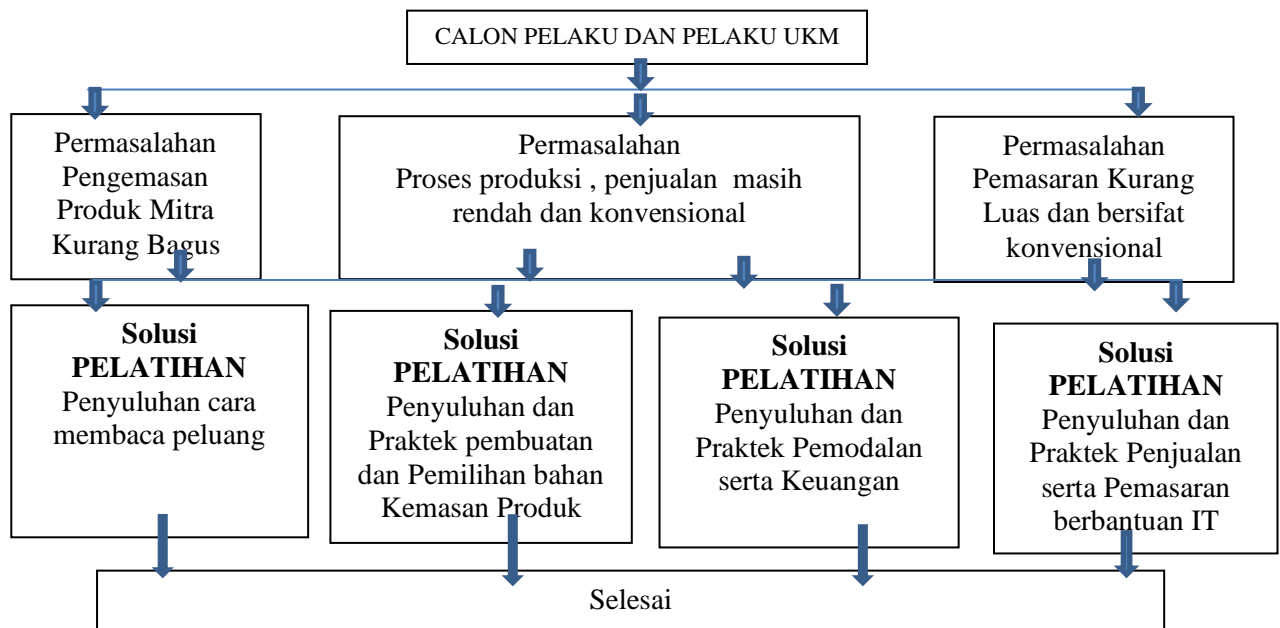
e) **Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan dilaksanakan sesuai jadwal yang sudah ditetapkan.

f) **Evaluasi Program**

Evaluasi program dilakukan dengan cara memberikan angket kepada peserta pelatihan, dan kemudian angket tersebut dianalisa dan dijadikan masukan dan saran untuk pelaksanaan PKM dimasa yang akan datang.

Metode pelaksanaan kegiatan pelatihan peningkatan daya saing usaha melalui perbaikan kemasan dan pemasaran digambarkan dalam diagram berikut ini berupa solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan yang ada:



Gambar 1. Langkah kegiatan pelatihan pada Pengabdian

Kemasan yang dirancang akan memberikan nilai tambah dan nilai jual produk. Produk kemasan yang mempunyai aneka desain sesuai dengan produk yang dihasilkan. Keunggulan kemasan yang dirancang selain menarik, dapat juga membuat rasa, warna dan khas produk tidak berubah dalam waktu yang lama serta ramah lingkungan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Persiapan

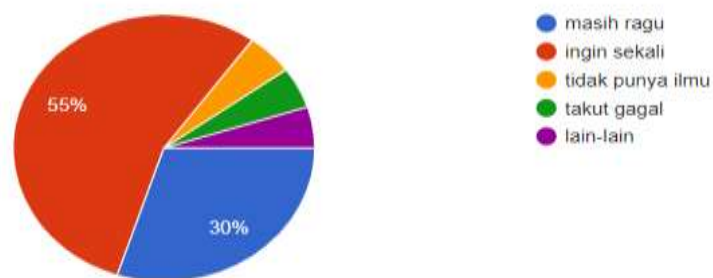
Sebelum pelaksanaan pelatihan dilakukan, penyebaran kuesioner dilakukan untuk mengetahui jenis usaha, kendala dan keinginan peserta pelatihan untuk memperbaiki usaha mereka. Dari seluruh peserta yang menghadiri pelaksanaan PKM berikut merupakan data awal yang bisa didapat :

#### 1. Jenis Usaha

- a. Keripik pisang
- b. Kripik singkong kriwil
- c. Minuman kopi
- d. Makanan
- e. Bahan bakar minyak solar
- f. Kuliner
- g. Telur gulung
- h. Zahra's Donat

- i. Coffeee andalan
- j. Brownies mini
- k. Boom Cake
- l. Keripik sanjai
- m. Banana Chips
- n. Bandrek Kawan Ngobrol Dan Sostel Kawan Ngobrol
- o. Lain-lain

2. Data keinginan peserta dalam menjalankan bisnis



Gambar 2 keinginan peserta dalam menjalankan bisnis dan mengembangkan bisnis

#### 4.2 Pelaksanaan Pengabdian

Pengabdian dilaksanakan dengan cara memberikan materi dan contoh pembuatan kemasan serta langkah-langkah yang bisa dilakukan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi untuk meningkatkan keuntungan dengan mempertimbangkan keuntungan dan keberlangsungan usaha.

Pelaksanaan pengabdian dilakukan sesuai dengan jadwal yang sudah ditetapkan. Berikut adalah bukti pelaksanaan PKM yang dilakukan pada Hari Selasa, 24 November 2021 mulai dari jam 09.00 sampai jam 17.00.



Gambar 3. Kegiatan Pemberian materi dan pelatihan pada Pengabdian



Gambar 4. Materi Pelatihan Pengabdian

## KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian dapat diselenggarakan dengan baik dan berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana kegiatan yang telah disusun. Setelah dilakukan evaluasi pasca pelaksanaan pelatihan didapatkan bahwa 33 % mengatakan luar biasa, 53 % mengatakan sangat baik, 13,3 % baik. Kegiatan ini mendapat sambutan sangat baik terbukti dengan keaktifan peserta mengikuti kegiatan dengan tidak meninggalkan tempat sebelum waktu pelatihan berakhir.

Pada pelatihan ini peserta mendapatkan banyak pengetahuan yang bisa merubah pola pikir dan memberikan semangat berwirausaha dan mengetahui dampak bahaya kemasan yang dipilih untuk keberlangsungan bisnis dimasa yang akan datang.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jendral Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementrian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; 2017; Panduan Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat di Perguruan Tinggi Edisi XI. Fakultas pertanian, Universitas sumatera utara.  
<http://ecourse.usu.ac.id/content/teknologi/teknologi/textbook.pdf>
- Julianti, E. dan Nurminah, M. 2006. *Teknologi Pengemasan*. Departemen Teknologi Pertanian, Klinik Kemasan CV, Annisa. Struktural Packaging Design
- LPPM UIS; 2019; Rencana Induk Penelitian Sekolah Tinggi Teknik Ibnu Sina Batam tahun 2013 – 2030
- LPPM UIS; 2019; Rencana Strategis Penelitian Sekolah Tinggi Teknik Ibnu Sina Batam tahun 2014 – 2019
- LPPM UIS; 2019; Rencana Strategis Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Sekolah Tinggi Teknik Ibnu Sina Batam tahun 2014 – 2019
- Peraturan Menristekdikti no. 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.
- Triyono, A. 2002. Pengemasan Produk Makanan. UPT B2PTTG-LIPI Subang.2002
- Triyono, A. & Luthfiyanti, R. (2006). Pengemasan Produk Pangan. Slide Presentasi.
- Undang-undang No.20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional
- Undang-undang No.12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi
- Wawan Agustian, Balai Besar Pengembangan Teknologi Tepat Guna, LIPI, Indonesia