



MANAJEMEN MUTU PEMBUATAN KEMASAN PADA PELAKU USAHA MAKANAN KECIL DI LIMO DEPOK

Heni Nastiti¹ dan Dewi Cahyani Pangestuti²

¹Progam Studi S1 Manajemen, UPN Veteran Jakarta
Email: heni_nastiti@yahoo.com

²Progam Studi S1 Manajemen, UPN Veteran Jakarta
Email: dewichepe@upnvj.ac.id

ABSTRACT

Business management is a process that must be carried out by business actors in managing a business in order to increase income through improving the quality of production, marketing, finance and business capabilities. The purpose of the Community Service program (PKM) in the Limo area, Depok is to provide counseling and assistance on packaging manufacturing business management for small food business actors. The problem faced is that the business management has not been maximized and has not used quality and attractive packaging for marketed small food products. The expected result of this activity is an increase in the number of buyers from business partners in RW 02 Limo, Depok. To find out the understanding of business management in making quality and attractive packaging, the service team conducted a pretest and posttest by distributing questionnaires to small business actors participating in PKM. The results of the questionnaire before being given counseling with the level of understanding after the activity increased by 50% and evaluation of the use of quality and attractive packaged products consistently and continuously increased in developing their business. In the next stage, evaluation of the results of business management assistance, packaging manufacturing, followed by granting patents on packaging labels is the next PKM program.

Keywords: business management, quality, packaging, sales

ABSTRAK

Manajemen usaha merupakan proses yang harus dilakukan oleh para pelaku usaha dalam mengelola usaha dalam rangka meningkatkan hasil pendapatan melalui peningkatan kualitas produksi, pemasaran, keuangan dan kemampuan usahanya. Tujuan dari program kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di wilayah Limo, Depok adalah memberikan penyuluhan dan pendampingan tentang manajemen usaha pembuatan kemasan pada pelaku usaha makanan kecil, dengan meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang pentingnya kemasan produk guna meningkatkan nilai jual produk yang dipasarkan serta meningkatkan mutu. Permasalahan yang dihadapi adalah belum maksimalnya manajemen usaha yang dilakukan parapelaku bisnis kecil dan belum menggunakan kemasan yang berkualitas dan menarik pada produk makanan kecil yang dipasarkan. Hasil yang diharapkan pada kegiatan ini adalah meningkatnya jumlah konsumen dari mitra pelaku usaha di RW 02 Limo, Depok. Untuk mengetahui pemahaman akan manajemen usaha dalam pembuatan kemasan yang berkualitas dan menarik, tim pengabdian melakukan *pretest* dan *posttest* dengan cara membagikan kuesioner kepada pelaku usaha kecil peserta PKM. Hasil kuesioner sebelum diberikan penyuluhan dengan tingkat pemahaman setelah dilakukan kegiatan peningkatan sebesar 50% dan evaluasi pemanfaatan produk yang dikemas berkualitas dan menarik secara konsisten dan berkelanjutan semakin meningkat dalam mengembangkan usahanya. Pada tahapan selanjutnya adalah evaluasi hasil pendampingan manajemen usaha, pembuatan kemasan dilanjutkan untuk pemberian paten pada label kemasan merupakan program PKM berikutnya.

Kata Kunci: manajemen usaha, kualitas, kemasan, penjualan

1. PENDAHULUAN

Wilayah Limo yang berada di daerah penyangga kota Jakarta bagian selatan memiliki ketinggian 70 m DPL yang memiliki luas 1.445,1 Ha. Wilayah Limo terdiri dari 4 (empat) Kelurahan dengan jumlah penduduk 43.776 jiwa dan sebagian besar memiliki mata pencaharian di sektor perdagangan yaitu sebesar 38,2%. Hal ini membutuhkan konsolidasi ekonomi untuk memantapkan keberadaan dan keberlanjutan peningkatan kesejahteraannya. Untuk itu, bidang usaha yang ada sebagai mata pencaharian perlu dioptimalkan ditingkatkan pengelolaannya. Kegigihan, keuletan dan ketekunan dalam memberdayakan aset sumberdaya manusia ini perlu diimbangi dengan pengetahuan tentang kewirausahaan. Oleh karena itu perlu dilakukan pemberian penyuluhan, pendampingan bantuan, layanan pendampingan, teknologi dan pranata lembaga ekonomi

manajemen usaha: peningkatan kualitas hasil produksi, kualitas kemasan hasil usaha dan pendukung lainnya.

Menurut Jauhari (2010), manajemen usaha merupakan proses yang harus dilakukan oleh para pelaku usaha dalam mengelola usaha dalam rangka meningkatkan hasil pendapatan melalui peningkatan kualitas produksi, pemasaran, keuangan dan kemampuan usahanya. Manajemen usaha sangat berguna dalam hal perencanaan usaha. Seorang pengusaha dapat menyusun rencana usahanya dengan pengendaliannya melalui informasi ekonomi yang akurat untuk dapat mengontrol dan menilai usahanya. Keberhasilan pelaku usaha tergantung dari keberadaan produk yang dijual sangat diminati pembeli dan dipengaruhi kualitas produk serta kemasannya, Soegoto (2013).

Menurut Kotler & Keller (2006), pengertian pengemasan yaitu suatu kegiatan untuk merancang satu tempat atau wadah untuk membungkus suatu produk. Kemasan yang menarik tentunya akan memberikan nilai plus bagi konsumen untuk bisa membedakan beberapa produk yang hampir sama, baik bentuk maupun mutunya. Perbedaan ini akan terlihat pada ada label yang biasanya dicantumkan dalam kemasan suatu produk, Irmawati (2011).

Agustina (2011) menyatakan bahwa manajemen pemasaran yaitu suatu sistem untuk membuat barang menjadi lebih siap untuk didistribusikan, disimpan, dijual dan dipakai. Adanya pembungkus atau kemasan dapat membantu produk untuk mengurangi kerusakan, melindungi dari pencemaran dan gangguan fisik baik benturan, getaran ataupun gesekan, Kaihatu (2014). Selain itu menurut Noviadji (2014), fungsi dari pengemasan bisa dilihat dari sisi promosi yaitu sebagai alat untuk menarik minat konsumen, sehingga kemasan harus memiliki warna, bentuk dan dekorasi yang dapat menarik konsumen, sehingga hal ini harus diperhatikan sejak awal pembuatan suatu produk. Kemasan juga mempunyai peranan penting pada *supply chain management* karena dapat mengurangi *cost*, mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan dan merupakan *e-commerce*, Jauhari (2010).

Menurut Budiharto et al. (2018), perkembangan usaha saat ini berkembang sangat pesat, dan hal tersebut dibuktikan dengan semakin banyaknya produk lokal yang dijual di pasaran. Melihat hal tersebut kami melakukan tindakan guna membantu pelaku usaha kecil yaitu dengan mengadakan penyuluhan kemasan guna meningkatkan nilai jual produk yang dipasarkan. Masalah yang dihadapi pelaku bisnis kecil di Limo saat ini yaitu bidang produksi, dimana pihak mitra dalam memproduksi hasil usaha dan pengemasannya masih dikemas dengan kemasan yang kurang berkualitas sehingga makanan mudah rusak. Banyak para pemilik usaha masih kesulitan dalam membuat kemasan yang berkualitas dan menarik (Zimmerer, 2011).

Hasil pengamatan di wilayah Limo masih kurangnya pengetahuan tentang kegiatan produksi dan pengembangan usaha yang dapat menambah pendapatan bagi keluarganya dan kurangnya pengetahuan dan keterampilan serta manajemen usaha, baik bidang produksi, pembuatan kemasan, pemasaran dan penjualan produk dari hasil usahanya. Para pelaku usaha makanan kecil pada masyarakat Limo Depok RW 02 dalam menjalankan usahanya sudah berjalan cukup lama, akan tetapi belum adanya peningkatan hasil penjualan sehingga belum didapatkan keuntungan yang maksimal dari usahanya tersebut. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang pentingnya kemasan produk guna meningkatkan nilai jual produk yang dipasarkan serta meningkatkan mutu.

Berdasarkan dari hal ini tersebut, kami sebagai akademisi dalam mengemban tugas Tri Dharma Perguruan Tinggi berkewajiban untuk memberikan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dalam bentuk penyuluhan, pelatihan dan pendampingan tentang pengemasan yang berkualitas untuk para pelaku usaha makanan kecil dalam rangka meningkatkan pendapatan. PKM ini bertujuan untuk



memberikan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan dengan tema : Manajemen Mutu Pembuatan Kemasan Pada Pelaku Usaha Makanan Kecil di wilayah Limo, Depok.

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis FEB UPN Veteran Jakarta di Limo Depok ini adalah memberikan solusi pada pelaku usaha makanan kecil akan pentingnya pembuatan kemasan dalam usaha untuk menarik para pembeli dan meningkatkan penjualan bagi pelaku usaha kecil.

Target jangka panjang dari program PKM ini menjadikan daerah Limo Depok sebagai daerah binaan yang dapat meningkatkan kesejahteraan melalui peningkatan pendapatan dalam pengembangan usaha makanan kecil dengan membuat kemasan yang berkualitas dan menarik pembeli sebagai mitra pelaksanaan program di Limo dalam menjalankan usaha secara berkelanjutan.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Metode pelaksanaan kegiatan PKM untuk mengatasi permasalahan para pelaku usaha makanan kecil di Limo Depok dengan metode penyuluhan dengan memberikan ceramah dan pendampingan yang merupakan praktek langsung dengan melakukan membuat kemasan pada pelaku usaha makanan kecil yang dikelolanya, dengan urutan kegiatan sebagai berikut:

- a. Wawancara dan Penyebaran Kuesioner
Untuk mengetahui apakah pelaku usaha makanan kecil sudah mengetahui cara membuat kemasan yang berkualitas dan menarik, maka dilakukan wawancara dan penyebaran kuesioner pendahuluan (pre tes) yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh tingkat pemahaman para pelaku usaha terhadap kemasan produk.
- b. Penyuluhan Dengan Metode Ceramah
- c. Untuk memberikan pemahaman kepada pelaku usaha makanan kecil tentang kemasan yang berkualitas dan menarik untuk meningkatkan hasil penjualan produknya. Pada penyuluhan ini tim akan berbagi tugas dalam memberikan ceramah kepada pelaku usaha makanan kecil. Pada kesempatan ini para peserta diberi kebebasan untuk bertanya jawab dengan tim penceramah. Beberapa konsep yang disampaikan kepada pelaku usaha kecil yaitu:
 - 1) Pentingnya suatu kemasan.
Menurut Prameswari (2018), fungsi-fungsi kemasan secara umum yaitu :
 - i. Untuk melindungi produk agar selama distribusi dari produsen sampai ke konsumen produk tadi tidak mengalami kerusakan.
 - ii. Melindungi dan mengawetkan produk misalnya melindungi dari sinar ultraviolet, panas, kelembaban udara, benturan, kontaminasi dari kotoran dan mikroba yang dapat merusak dan menurunkan mutu produk.
 - iii. Sebagai identitas produk, dalam hal ini kemasan dapat digunakan sebagai alat komunikasi dan informasi kepada konsumen melalui label yang terdapat pada kemasan.
 - iv. Meningkatkan efisiensi dan memudahkan pengiriman serta penyimpanan.
 - v. Dapat menambah daya tarik bagi konsumen.
 - vi. Sebagai sarana informasi dan iklan untuk mempromosikan produk ke konsumen.
 - vii. Memberikan kenyamanan bagi konsumen saat melakukan proses konsumsi suatu produk.
 - 2) Metode Pelatihan Pembuatan Kemasan Produk
Pada metode ini kami selaku tim pengabdian masyarakat membuat contoh bagaimana caranya membuat kemasan yang berkualitas kepada para pelaku usaha

makanan kecil. Pada metode ini kami berbagi tugas dalam pembuatan kemasan yang berkualitas dan menarik. Para peserta dibimbing untuk mencoba membuat kemasan dari produk hasil usahanya, setelah tim selesai memberikan pelatihan, peserta di diberi kebebasan untuk bertanya sampai mereka mengerti dan dianggap mampu untuk membuat kemasan.

3) Metode Pendampingan

Tim pengabdian datang kelokasi pelaku usaha makanan kecil untuk melihat langsung praktek dalam pengemasan yang sudah dilakukan oleh pelaku usaha, apabila ada kesulitan diberi penjelasan dan pembimbingan sampai pelaku usaha dapat membuat kemasan yang berkualitas dan menarik.

Tabel 1
Prosedur Kerja

Tahap	Kegiatan	Indikator
1.	Menyebarkan kuesioner dan wawancara tentang pengetahuan Pembuatan kemasan	Dilakukan Pretest dan Posttest untuk menilai pencapaian peningkatan pemahaman materi > 70%
2.	Memberikan sosialisasi tentang Pembuatan kemasan	Untuk memberikan pemahaman pentingnya pengemasan produk hasil usahanya.
3.	Memberikan pendampingan dalam pembuatan kemasan	Dapat membuat kemasan dari produk makanan hasil usahanya

Prosedur kerja dalam pengabdian masyarakat ini melalui tiga tahapan yaitu tahap pertama (1) dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara tentang pengetahuan pembuatan kemasan, tahap kedua (2) dengan memberikan sosialisasi tentang pembuatan kemasan dan tahap ketiga (3) dengan memberikan pendampingan dalam pembuatan kemasan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman akan pentingnya pembuatan kemasan yang berkualitas dan menarik pembeli dalam rangka meningkatkan hasil penjualan dan pendapatan secara berkelanjutan dalam pengembangan usahanya, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi rumah tangganya. Dalam pelatihan mengenai pengemasan produk ini peserta mendapatkan pengetahuan tentang pentingnya pengemasan produk dan berbagai macam peralatan yang digunakan dalam proses pengemasan. Banyak hal yang dipelajari oleh peserta dalam acara ini yaitu pengetahuan pentingnya kemasan guna meningkatkan nilai jual dan menumbuhkan jiwa wirausaha. Selain mendapatkan ilmu secara teori peserta juga mendapatkan kesempatan untuk praktek secara langsung mengenai packing yang menarik.

Adapun tahapan kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi tahap sebagai berikut:

1. Koordinasi dengan mitra binaan pada tanggal 28 Februari 2020. Koordinasi dengan mitra binaan dilakukan untuk menyusun rencana kegiatan, penjadwalan dan pengurusan ijin dengan Ketua RW. Koordinasi dan diskusi awal dengan Ketua RW dan Ketua RT
2. Persiapan pelaksanaan pada tanggal 15 Maret 2020. Persiapan pelaksanaan untuk membuat contoh kemasan yang akan digunakan pada saat penyuluhan dan pendampingan seperti: kardus, plastik, kertas dan label.
3. Tahap sosialisasi pada tanggal 5 dan 14 September 2020 Jam: 13.30 – 17.00 di Jl. Al-Istiqomah RT 02/02 Kel. Limo Depok. Pada saat pelaksanaan Sosialisasi 30 pelaku usaha makanan kecil. Kegiatan awal dimulai dengan melakukan pretest untuk mengetahui



pengetahuan dasar yang dimiliki oleh peserta, kemudian dilanjutkan dengan sosialisasi tentang pengemasan dan manfaat melakukan pengemasan yang berkualitas dan menarik.

Hasil kuesioner yang kami lakukan pada para pelaku usaha makanan kecil di RW 02 wilayah Limo Depok bahwa 50% responden menyatakan belum mengerti, memahami praktek pembuatan kemasan yang berkualitas dan menarik dari makanan kecil hasil usahanya sebanyak 90% belum dikemas dengan baik, sehingga hasil penjualan belum maksimal. Pada akhir pelaksanaan tim pengabdian memberikan kuesioner (posttest) untuk mengukur sejauh mana pemahaman dan peningkatan pengetahuan para pelaku usaha makanan kecil terhadap pemanfaatan kemasan yang berkualitas dan menarik.

4. Pendampingan pada tanggal 8 sampai dengan 26 September 2020, dilaksanakan di tempat pemilik usaha. Melakukan pendampingan untuk membuat kemasan pada produk usahanya.

Hasil penilaian *pretest* dan *posttest* yang dilakukan oleh Tim Pengabdian dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2

Hasil Pre Test dan Post Test

Kegiatan	Materi	Indikator keberhasilan
<i>Pre Test</i>	Pemahaman tentang pembuatan kemasan yang berkualitas dan menarik untuk peningkatan hasil penjualan	Terlaksana pretest kepada 30 pelaku usaha, dimana 50% belum memahami pembuatan kemasan yang berkualitas dan menarik untuk peningkatan hasil penjualan
<i>Post test</i>	Pemahaman tentang pembuatan kemasan yang berkualitas dan menarik untuk peningkatan hasil penjualan	Terlaksana post test kepada 20 para pelaku usaha makanan kecil dimana 95% telah memahami pembuatan kemasan yang berkualitas dan menarik untuk peningkatan hasil penjualan

Pada Tabel 2 dapat dijelaskan bahwa:

- a. Peserta penyuluhan telah memahami dan bersedia untuk melakukan praktek pembuatan kemasan dari hasil usahanya.
- b. Melalui test yang dilakukan terdapat peningkatan pemahaman sebesar 50%, yang artinya para peserta memahami dan perlunya membuat kemasan yang berkualitas dan menarik bagi pengembangan usahanya.

Aspek pemasaran dari pengemasan ternyata juga menjadi poin penting dalam sukses pemasaran produk usaha karena permintaan dan minat konsumen akan kemasan yang praktis dan menarik setelah mendapatkan materi penyuluhan ini diharapkan para pengusaha dapat meningkatkan penjualan hasil produksinya sehingga menjadi produk yang bernilai lebih tinggi.

Secara umum para pelaku usaha mendapat manfaat dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang secara nyata melalui sosialisasi dan pendampingan. Peserta penyuluhan dan pelatihan serta pendampingan memahami materi yang telah diberikan dan menjalankan praktek pengemasan terhadap produk yang dijual secara berkelanjutan dalam pengembangan usahanya.

Contoh kemasan dan label yang dibuat oleh pelaku usaha kecil di Limo Depok dapat dilihat pada Gambar 1 dan Gambar 2. Dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada Gambar 3 dan Gambar 4.

Gambar 1

Pembuatan Kemasan Produk (1)



Gambar 2
Pembuatan Kemasan Produk (2)



Gambar 3
Aktivitas Pelaksanaan PKM (1)



Gambar 4
Aktivitas Pelaksanaan PKM (2)



4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan penyuluhan dan pendampingan tentang manajemen kualitas pengemasan yang dilaksanakan kepada para pelaku usaha makanan kecil di wilayah RT 02 dan 08 dan RW 02. Limo Depok, telah berjalan sesuai rencana dan para peserta makin mengerti dan memahami dalam praktek pengemasan untuk mengembangkan usahanya. Pengabdian kepada masyarakat ini diikuti oleh 20 (dua puluh) pelaku usaha makanan kecil. Pelaku usaha yang mengikuti pelatihan dan pendampingan baru sekitar 75% saja, karena sebagian pelaku usaha masih terbatas pada modal.

Setelah melakukan pelatihan dan pendampingan, para pelaku usaha sudah mengetahui arti pentingnya pengemasan dan sudah mengetahui bagaimana membuat kemasan yang berkualitas dan menarik dalam rangka peningkatan hasil usaha penjualan untuk meningkatkan pendapatannya.

Adapun saran yang dapat diajukan dari hasil PKM ini yaitu tim pengabdian mengusulkan sebagai berikut:

1. Pelaku usaha harus tetap konsisten melakukan pengemasan yang berkualitas dan menarik pada produk yang dijual.
2. Pelaku usaha agar secara terus menerus dalam menjual produknya dengan menggunakan kemasan yang berkualitas dan menarik untuk meningkatkan jumlah penjualan.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UPN Veteran Jakarta, atas kesempatan yang diberikan untuk mengabdikan melakukan Tridharma Perguruan Tinggi di Limo Depok.
2. Aparatur pemerintah dan warga masyarakat di RT 02 dan 08 dan RW 02. Limo Depok yang telah memberikan kesempatan bagi tim pengabdian untuk melakukan Tridharma Perguruan Tinggi.

REFERENSI

- Agustina, S. (2011). *Manajemen pemasaran*. Universitas Brawidjaja Press.
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., & Astuti, P. (2018). *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*. UGM PRESS.
- Irmawati, D. (2011). Pemanfaatan e-commerce dalam dunia bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis–ISSN, 2085*, 1375.
- Jauhari, J. (2010). Upaya pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) dengan memanfaatkan e-commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, 2(1), 1-12.
- Kaihatu, T. S. (2014). *Manajemen pengemasan*. Penerbit Andi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management* 12e. New Jersey.
- Noviadji, B. R. (2014). Desain kemasan tradisional dalam konteks kekinian. *Artika*, 1(1), 10-21.
- Prameswari, N. S. (2018). Strategi branding melalui inovasi desain kemasan bagi home industry sabun cair. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, 3(02), 179-198.
- Soegoto, E. S. (2013). *Entrepreneurship menjadi pebisnis ulung*. Elex Media Komputindo.
- Zimmerer, Scarborough. (2011). *Kewirausahaan dan manajemen usaha kecil I (Edisi 5)*. Penerbit Salemba Empat.