



Upaya meningkatkan daya saing produk baso aci tata snack di Kediri, Jawa Timur melalui *re-packaging*

Lolyka Dewi Indrasari[✉], Ana Komari, Afif Yudha Tripariyanto, Sri Rahayuningsih, Heribertus Budi Santosa

Universitas Kadir, Kediri, Indonesia

[✉] lolyka@unik-kediri.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.4608>

Abstrak

Packaging adalah proses mengemas produk agar memiliki daya tarik. Daya tarik tersebut sebagai upaya meningkatkan daya saing produk, agar calon pembeli tertarik untuk mengonsumsi, menggunakan dan merekomendasikan kepada publik. Rumah produksi Baso Aci Tata Snack memiliki produk utama berupa baso aci dengan model *packaging divacuum sealer* polos. Permasalahan yang diangkat adalah merancang *packaging* baso aci berdasarkan hasil voting peserta. Peserta kegiatan ini adalah karyawan dan pemilik usaha baso aci Tata Snack berjumlah 16 orang. Kegiatan dilaksanakan pada 16 Desember 2020, diawali dengan persiapan kegiatan dan pelaksanaan kegiatan. Metode yang digunakan adalah ceramah, tanya jawab, diskusi dan voting. Pengabdian masyarakat ini menghasilkan rancangan kemasan dengan item *printing standing pouch* dan dicetak sablon yang berisi informasi mengenai baso aci.

Kata Kunci: Bakso aci; *Packaging*; *Printing standing pouch*

Efforts to Improve Product Competitiveness of Baso Aci Tata Snack in Kediri, East Java through Re-Packaging

Abstract

Packaging is the process of packaging a product so that it has appeal. This attractiveness is an effort to increase product competitiveness, so that potential buyers are interested in consuming, using and recommending it to the public. The Baso Aci production house Tata Snack has the main product in the form of aci meatball with a plain vacuum sealer packaging model. The problem raised was designing the baso aci packaging based on the voting results of the participants. Participants in this activity were 16 employees and owners of the Tata Snack meatball business. The activity was carried out on December 16, 2020, starting with the preparation of activities and implementation of activities. The methods used were lecturing, giving question and answer, discussing and voting. This community service produced packaging designs with standing pouch printing items and screen prints containing information about Baso aci.

Keywords: Aci meatball; *Packaging*; *Printing standing pouch*

1. Pendahuluan

Packaging adalah proses mengemas produk dengan capaian daya tarik. Daya tarik tersebut sebagai upaya meningkatkan daya saing produk agar calon pembeli tertarik untuk mengonsumsi, menggunakan dan merekomendasikan kepada publik (Elmanora et al., 2020). Menurut Mojiono et al. (2018), *packaging* akan memberikan suatu informasi

kepada publik terhadap produk, mulai dari fungsi *packaging* bukan hanya kemasan biasa. Tetapi harus informatif, inovasi mengemas dan nilai estetika dari *packaging* itu sendiri. Hal ini mendukung hasil pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Zen et al. (2017), proses *packaging* memerlukan referensi dan kompetitor guna mengetahui inovasi yang baru dalam mengemas suatu produk. Sedangkan menurut Yamin et al. (2018), suatu *packaging* dalam produk makanan memerlukan perbaikan secara kontinu guna meningkatkan nilai ekonomi suatu usaha. Dari pemaparan tersebut, keputusan dalam *packaging* memiliki perhatian khusus, agar produk tidak mudah rusak dan awet (Hardin et al., 2017). Selain cita rasa makanan, *packaging* yang bersifat informatif, inovatif dan memiliki daya tarik akan lebih mendongkrak nilai ekonomi. Suatu produk akan memiliki nilai jual, nilai daya saing tinggi dimat konsumen dan lebih unggul dari kompetitor lain.

Pengabdian masyarakat ini bekerja sama dengan mitra agar mengetahui seberapa penting *packaging* sebuah produk. Berkaitan dengan pandemic covid-19, kesan dalam *packaging* sangat penting. Ditengah pandemi, sebuah produk harus tetap meningkatkan *packaging* yang baik dan menarik bagi calon konsumen. Dengan demikian, pengabdian masyarakat dengan topik "*Packaging* Baso Aci Tata Snack". Selama ini, *packaging* hanya menggunakan kemasan plastik polos dengan aneka bahan-bahan baso aci dalam kemasan tersebut. Dari aspek informatif belum dimunculkan, karena tidak ada informasi terkait cara memasak baso aci yang benar, tidak disebutkan bahan baku yang berada dalam kemasan apa saja dan paling penting adalah nama Brand Baso aci Tata Snack tidak tertulis pada kemasan. Dengan demikian, dari sudut pandang informatif pada *packaging* belum terpenuhi (Swasty et al., 2019). Dari aspek inovatif pada *packaging* juga belum ada sentuhan inovasi (Suhardi, 2019). Sehingga, daya tarik *packaging* belum sesuai dengan harapan, baik harapan pemilik usaha dan penulis (Nurwidiana et al., 2019; Pramesti et al., 2021).

Berdasarkan observasi, *packaging* dengan tahapan : 1) membungkus masing - masing saus, kecap, cabe kering, bumbu cita rasa, bawang goreng, minyak rempah, jeruk limau, pilus original menggunakan plastik kecil; 2) membungkus baso aci mentah, cuanki lidah dan siomay mini; 3) memasukkan poin 1 dan poin 2 dalam satu kemasan polos kemudian dipress menggunakan *vacum sealer*; 4) Baso aci yang sudah dikemas siap dijual. Dari proses *packaging* tersebut tujuan dari pengabdian masyarakat untuk memberikan sosialisasi mengenai rancangan *packaging* guna meningkatkan daya saing produk Baso Aci Tata Snack. Manfaat yang didapatkan untuk penulis yaitu meningkatkan wawasan keilmuan bagi civitas akademika; untuk pemilik usaha yaitu memberikan pengabdian, edukasi dan wawasan terkait *packaging* produk; untuk publik sebagai wawasan ilmu dan referensi terkait kebutuhan ilmiah. Lingkup pengabdian masyarakat ini memberikan sosialisasi kepada pemilik dan tenaga kerja terkait rancangan *packaging* pada Baso Aci Tata Snack dan tidak membahas biaya *packaging*.

2. Metode

Kegiatan ini adalah kerja sama antara Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Kadiri dengan mitra pengabdian masyarakat adalah Kak Gita Apriadhany sebagai pemilik rumah produksi Baso Aci Tata Snack berlokasi di Jl. Raya Rembang, No. 55, Ngadiluwih, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Kegiatan ini adalah

mensosialisasikan *packaging* yang memiliki daya saing terhadap produk. Pelaksanaan kegiatan ini dibantu oleh mahasiswa semester VII berjumlah 2 orang yang diikuti oleh 16 tenaga kerja rumah produksi Baso Aci Tata Snack dan 1 pemiliknya.

Pelaksanaan kegiatan pada 16 Desember 2020, diawali dengan persiapan kegiatan dan pelaksanaan kegiatan. Metode yang digunakan adalah ceramah, tanya jawab, diskusi dan voting. Metode ceramah adalah memberikan pembukaan pada kegiatan, tujuan dari kegiatan dan hasil yang didapatkan pada kegiatan. Metode tanya jawab adalah saling memberikan pertanyaan dan saling memberikan jawaban yang terarah dan sesuai konteks yang dibahas. Metode diskusi adalah mendiskusikan hasil jawaban untuk memperbaiki masalah terkait *packaging*. Metode voting adalah solusi menentukan *packaging* yang tepat dengan keputusan bersama. Seluruh metode yang digunakan tersebut sebagai cara untuk mengetahui *packaging* yang tepat berdasarkan pemikiran pemilik dan tenaga kerja pada rumah produksi Baso Aci Tata Snack.

Penentuan secara voting menggunakan data deskriptif dengan model *packaging* yang terbentuk dari metode tanya jawab dan diskusi paling tidak mencapai 5 model *packaging*. Sehingga diambil satu alternatif *packaging* yang tepat.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Persiapan kegiatan

Persiapan kegiatan sebagai langkah awal meliputi rancangan waktu, tempat dan pokok bahasan untuk pengabdian masyarakat ditunjukkan pada [Gambar 1](#). Dengan demikian, keputusan waktu dan tempat pelaksanaan yaitu tanggal 16 Desember 2020 berlokasi di Rumah Produksi Baso Aci Tata Snack dengan alamat Jl. Raya Rembang, No. 55, Ngadiluwih, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Model duduk secara lesehan untuk menambah kesan keluwesan kegiatan dan mempermudah gaya komunikasi satu sama lain ([Swasty et al., 2019](#)).



Gambar 1. *Packaging* awal dan wawancara

3.2. Pelaksanaan kegiatan

Pelaksanaan kegiatan ini dengan cara mendampingi dan melatih peserta untuk bertanya jawab dan diskusi. Dengan harapan mendapatkan model *packaging* yang tepat sesuai dengan hasil ide dari pemilik dan tenaga kerja sebagai peserta. Kegiatan ini juga berguna untuk memberikan rancangan *packaging* yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen ([Febianti & Umyati, 2019](#)).



Gambar 2. *Packaging* Saat Ini

Pada **Gambar 2** *packaging* baso aci yang digunakan saat ini menggunakan plastik di press menggunakan *vacum sealer*, ditemplei stiker dan penulisan cita rasa diatas kemasannya. Didalamnya berisi saus, kecap, cabe kering, bumbu cita rasa, bawang goreng, minyak rempah, jeruk limau, pilus original dikemas menggunakan plastik kecil dan ada baso aci mentah, cuanki lidah dan siomay mini.

Pertama-tama kegiatan ini mengumpulkan peserta pelatihan *packaging* yang berjumlah 15 orang dengan 1 pemilik dan memperkenalkan diri masing -masing. Metode ceramah dengan memperkenalkan perwakilan dari Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Kadir dan mahasiswa semester VII. Kegiatan tanya jawab dan diskusi dilakukan kepada peserta untuk menggali informasi lebih dalam mengenai ide-ide *packaging* yang diharapkan, guna meningkatkan daya saing. Hasil model *packaging* dari pemaparan peserta berupa item - item disajikan pada **Tabel 1** berikut:

Tabel 1. Indikator Pemilihan Model *Packaging*

No.	Item Ide <i>Packaging</i>	Respon Peserta (Orang)
1	<i>Printing paper bag</i> terkait informasi mengenai bakso aci	2
2	<i>Printing standing pouch</i> dicetak sablon terkait informasi mengenai bakso aci	6
3	<i>Center seal</i> ditemplei stiker terkait informasi mengenai bakso aci	3
4	<i>Printing center seal</i> dicetak sablon terkait informasi mengenai bakso aci	3
5	<i>Paper bag</i> ditemplei stiker terkait informasi mengenai bakso aci	2
Total Respon		16

Berdasarkan hasil voting, indikator pemilihan model *Packaging* yang dipilih adalah *Printing Standing pouch* dicetak sablon terkait informasi mengenai bakso aci. Pemilihan alternatif *Packaging* tersebut sebagai perancangan dimasa mendatang dan membutuhkan biaya dalam melakukan implementasi model *Packaging* tersebut.



Gambar 3. Rancangan *Packaging* Bakso Aci

Pada Gambar 3 adalah rancangan *packaging* baso Aci Tata Snack berdasarkan hasil voting dengan jumlah peserta yang setuju sebanyak 6 orang. Rancangan *packaging* tersebut dapat memberikan sudut pandang inovatif. Hal ini disebabkan tampilan inovatif dengan gambar bakso aci, *background* api yang menunjukkan kesan semangat dan memiliki daya tarik berdasarkan visual yang melihatnya (Suhardi, 2019). Dengan demikian, suatu kreativitas sangat dibutuhkan dalam mendesain *packaging* yang menarik. Menurut Suhardi (2019), produsen atau pemilik perlu menyadari pentingnya *packaging* yang menarik. Produsen dapat berpikir lebih kreatif dalam mendesain kemasan untuk produknya dan sebagai upaya meningkatkan penjualan produknya. Selain itu, calon konsumen dan pelanggan dapat mudah mengenali produk dari produsen karena terlihat menarik.

Berdasarkan sudut pandang informatif, *packaging* rancangan ini memberikan tagline “Pedes Huhah..!!”. Tagline tersebut sebagai kata menunjukkan informasi, bahwa baso acimemiliki rasa pedas tetapi memberikan dampak ketagihan bagi yang mengkonsumsi dan lebih unggul dari kompetitor. Kemudian informatif kedua yaitu slogan yang diberikan adalah “Pelopor Baso Aci Home Made Kediri”. Slogan tersebut memiliki arti bahwa, Baso Aci Tata Snack sebagai pelopor baso aci buatan rumahan pertama di Kediri. Selanjutnya, mengenai informasi cara memasak. Informasi memasak sangat berguna bagi konsumen yang belum mengetahui cara memasaknya. Menurut Maryama et al. (2018), *packaging* yang informatif dapat menarik konsumen. Konsumen lebih menyukai *packaging* produk yang informatif. Fungsinya untuk mengetahui informasi dari produk itu sendiri.

Berdasarkan sudut pandang daya tarik, *packaging* rancangan ini menggunakan warna merah, kuning, oranye, putih dan hitam pada kemasannya. Makna warna merah memiliki arti penyampaian pesan, kuning memiliki arti optimis, oranye memiliki arti kreatif, putih memiliki arti minimalis dan hitam memiliki arti menarik. Dari daya tarik terkait warna dalam *packaging* memiliki upaya meningkatkan daya saing produk baso Aci Tata Snack. Legowo et al. (2018) menyatakan suatu *packaging* harus menarik, baik dari desain dan warna. Dengan demikian, sudut pandang daya tarik dapat menciptakan suasana yang membuat calon konsumen untuk mencoba membeli suatu produk.



Gambar 4. Tim pengabdian bersama mitra

Pada Gambar 4, kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan hasil bahwa memberikan sosialisasi mengenai rancangan *packaging* guna meningkatkan daya saing produk Baso Aci Tata Snack. Hasil rancangan *packaging* adalah *printing standing pouch* dicetak sablon terkait informasi mengenai baso aci dengan hasil voting sebanyak 6 peserta. Peserta adalah tenaga kerja dan pemilik Rumah Baso Aci Tata Snack yang berjumlah 16 orang. Setiap peserta tersebut aktif untuk tanya jawab dan diskusi. Sehingga memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai rancangan *packaging* sebagai cara memberikan upaya daya saing terkait bakso aci. Hal ini, searah dengan hasil pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Rasid et al. (2018), *packaging* memiliki fungsi sebagai ketahanan pada produk dan melindungi produk dari dampak luar. Sedangkan menurut Ridho et al. (2019), desain *packaging* design yang menarik, sebagai perhatian sendiri bagi pembeli.

4. Kesimpulan

Hasil pengabdian masyarakat ini sesuai dengan tujuan yang dicapai, yaitu memberikan wawasan dan pengetahuan dengan cara sosialisasi terkait rancangan *packaging* untuk meningkatkan daya saing produk Baso Aci Tata Snack. Rancangan dari hasil voting sejumlah 6 orang adalah *printing standing pouch* dicetak sablon terkait informasi mengenai bakso aci. Peserta yaitu tenaga kerja dan pemilik dengan jumlah 16 orang. Masing-masing peserta aktif bertanya jawab dan diskusi. Bagi rumah produksi Baso Aci Tata Snack dapat mengimplementasikan hasil rancangan yang didapatkan dari voting peserta pengabdian masyarakat. Hal ini digunakan sebagai wujud meningkatkan daya saing produk. Bagi pembaca, artikel dapat digunakan sebagai wawasan dan referensi terkait pengabdian masyarakat dalam topik *packaging* produk.

Acknowledgement

Terimakasih kepada pihak Program Studi S-1 Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Kadiri yang telah mendukung kegiatan ini.

Daftar Pustaka

- Elmanora, Rasha, & Martiastuti, K. (2020). Pelatihan Pembuatan Dan Pengemasan Cookies Tepung Beras di Desa Segaran. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 63–68.
- Febianti, E., & Umyati, A. (2019). Pelatihan Teknik Pengemasan Produk Pangan Unggulan Daerah untuk Ekspor di Kabupaten Pandeglang Evi. *Jurnal Pengabdian Dinamika*, 6(1), 70–74.
- Hardin, Sugiarti, & Yunus, M. (2017). Memperkenalkan Teknik Pengemasan Sayuran Melalui Penyuluhan Kemasan Sayuran Kepada Guru-Guru SMAN 5 Tinggimoncong Kab. Gowa. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat: "Peluang Dan Tantangan Pengabdian Kepada Masyarakat Yang Inovatif Di Era Kebiasaan Baru,"* 275–279.
- Legowo, H., Wulandari, R., & Oktyawati, D. (2018). Pelatihan Pengemasan Produk Wingko Ungu Hasil Produksi Kelompok Usaha Wingko Ungu Desa Banjararum, Kecamatan Kalibawang, Kabupaten Kulon Progo. *Jurnal Pengabdian Dan Pengembangan Masyarakat*, 1(2). <https://doi.org/10.22146/jp2m.43466>
- Maryama, S., Yandri, P., & Istimal, I. (2018). Pelatihan Pembuatan Packaging Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM di Kota Tangerang Selatan. *SEMBADHA 2018: Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 01(01), 156–159.
- Mojiono, Efendi, M., & Afandi, L. (2018). Pelatihan Pembuatan Fruit Leather Dari Buah Lokal Dan Teknik Pengemasan di Desa Katol Barat. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (SENIAS)*, 138–141.
- Nurwidiana, N., Fatmawati, W., & Masidah, E. (2019). Pendampingan Proses Produksi dan Kemasan Produk Industri Kecil Minuman Herbal. *Community Empowerment*, 4(2), 57–65. <https://doi.org/10.31603/ce.v4i2.3067>
- Pramessti, D. A., Fadni, M. C., Wibowo, Y. S., Huda, N., Sunaryo, & Jati, I. R. K. (2021). Optimalisasi Tanaman Jahe Sebagai Pendukung Ekonomi Rumah Tangga Melalui KWT Di Dusun Sanggrahan, Bumirejo, Magelang. *Community Empowerment*, 6(1), 12–17.
- Rasid, M., Mardiana, Effendy, S., & Umar, S. (2018). Teknik Pengemasan Makanan Pada Industri Kecil Pembuatan Tahu Di Daerah Rawang Sari Km.18 Sukomoro Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan. *Snaptekmas: Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Pada Masyarakat*, 156–161.
- Ridho, M. R., Simanjuntak, P., & Ningsih, D. (2019). PKM ECOMMERCE, Packaging Design Dan Manajemen Pemasaran Untuk Usaha Kuliner Kota Batam. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 21–26.
- Suardi, D. (2019). Optimalisasi Keterampilan Pembuatan Kemasan untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Pada UKM Pembuat Tape di Desa Cibeureum, Kabupaten Kuningan. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 02(02), 116–128.
- Swasty, W., Rahman, Y., & Fadilla, A. N. (2019). Pelatihan Kemasan Produk Kuliner Yang Persuasif Bagi Koperasi Dan Ukm Kabupaten Bandung. *Charity: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 02(01), 1–9.

Yamin, M. M., Abidin, E. E., & Sulaeman. (2018). Sosialisasi Pengemasan Kue Tradisional Di Desa Sepabatu, Kec. Tinambung, Kab. Polewali Mandar. *RESONA : Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 31-41.

Zen, Z. H., Satriardi, Dermawan, D., Anggraini, D. A., Meirizha, N., & Yul, F. A. (2017). Pelatihan Desain Kemasan Produk UMKM di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar. *Jurnal Pengabdian Untuk Mu Negeri*, 1(2), 12-15.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License
