



Pendampingan Usaha *Packaging* Mie Telor Nusantara

Assistance to the Archipelago Egg Noodle Packaging Business

Adriana Madya Marampa^{1*}, Neneng Sofiyanti², Dina Ramba³

^{1,3}Universitas Kristen Indonesia Toraja, Indonesia

²Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

Email: marampaadriana09@gmail.com¹, neneng.sofiyanti@fe.unsika.ac.id², dinaramba@ukitoraja.ac.id³

Korespondensi penulis: marampaadriana09@gmail.com*

Article History:

Received: Oktober 15, 2024;

Revised: November 10, 2024;

Accepted: Desember 01, 2024;

Published: Desember 13, 2024;

Keywords: Devotion, Egg Noodles, MSMEs

Abstract. This community service was carried out at one of the MSMEs in Tama Toraja. This MSME operates in the food sector. The food business in question is Mie Basah. This wet noodle is called Mie Telor Nusantara. The problem faced by MSMEs is declining sales due to the large number of competitors. Development aims to increase sales. The result of this trial is that sales of Mie Telor Nusantara increase every month.

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada salah satu UMKM di Tama Toraja. UMKM ini bergerak dibidang makanan. Usaha makanan yang dimaksud adalah Mie Basah. Mie Basah ini mempunyai nama Mie Telor Nusantara. Masalah yang dihadapi yang UMKM adalah penjualan menurun karena banyaknya kompetitor. Pengabdian bertujuan untuk meningkatkan penjualan. Hasil dari pengabdian ini adalah penjualan dari Mie Telor Nusantara meningkat setiap bulan.

Kata kunci: Pengabdian, Mie Telor, UMKM

1. PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat adalah salah satu tugas dari dosen dalam melakukan Tridharma Perguruan Tinggi. Pengabdian ini dilakukan pada salah satu UMKM yang bergerak dibidang makanan. UMKM di Tana Toraja merupakan salah satu jenis usaha yang mendukung perekonomian masyarakat Toraja. Masalah yang dihadapi UMKM adalah banyaknya kompetitor. Salah satu strategi menghadapi kompetitor adalah dengan memperbaiki kualitas kemasan produk. Kemasan produk UMKM sangat penting dilakukan karena dengan kemasan yang bagus menunjukkan kualitas produk. Kemasan Produk itu seperti baju darti produk, kalau kemasan dari produk tersebut bagus tentunya dapat menunjukkan bahwa produk tersebut berkualitas.

Pada jaman dahulu kemasan hanya berfungsi sebagai perlindungan kepada produk tetapi pada zaman sekarang kemasan selain perlindungan sepada produk kemasan juga berfungsi sebagai salah satu meningaktan penjualan terhadap produk. Kemasan merupakan faktor utama

untuk menarik perhatian target market sehingga mempengaruhi keputusan membeli produk. Kemasan bukan hanya sekedar nama, simbol dan logo atau gambar, melainkan semua yang ada dalam benak konsumen. Melalui logo atau gambar khalayak umum dapat mengenali suatu produk dan dapat mengkaitkannya dengan asosiasi tertentu. Maka dari itu, terdapat pendapat yang menyatakan bahwa logo harus merepresentasikan entitasnya.

Kemasan adalah salah satu cara untuk mempromosikan suatu produk serta menarik minat konsumen untuk mempromosikan suatu produk, serta menarik minat konsumen untuk membeli. Kemasan produk merupakan bagian penting dalam pemasaran, karena kemasan juga berfungsi untuk menambah nilai jual suatu produk (Purnomo, Ardana & Handoko, 2013). Pada dasarnya ada beberapa fungsi kemasan yang dibagi menjadi beberapa kategori yang terdiri dari: (Oemar, 2017)

1. Fungsi Perlindungan.

Kemasan memberikan dua perlindungan yaitu utk perlindungan kepada konsumen dan kepada produk itu sendiri. Setiap kemasan harus mampu memberikan perlindungan kepada isi produk. Perlindungan ini berupa perlindungan fisik supaya produk dapat tahan terhadap setiap tekanan atau benturan dari benda asing. Selain itu kemasan juga berfungsi melindungi produk dari kerusakan barang misalnya sinar matahari, kuman, serangga. Mie ini dikemas dalam plastik supaya mie tetap segar dan aman dari kuman dan serangga, sehingga ketika masyarakat konsumsi produk tersebut merasa aman.

2. Faktor pendistribusian

Kemasan harus mudah didistribusikan dari pabrik ke distributor atau pengecer sampai ke tangan konsumen. Bentuk dan ukuran kemasan harus direncanakan dan dirancang sedemikian rupa sehingga tidak sampai menyulitkan peletakan di rak atau tempat pemajangan

3. Faktor komunikasi.

Kemasan dapat dijadikan media komunikasi dari produsen kepada konsumen. Kemasan dapat menunjukkan citra dari perusahaan tersebut. Kemasan harus menggunakan kata yang singkat tapi mudah dipahami oleh setiap konsumen.

4. Faktor estetika

Keindahan pada kemasan merupakan daya tarik visual yang mencakup pertimbangan penggunaan warna, bentuk, merek atau logo, ilustrasi, huruf, tata letak atau layout, dan maskot. Tujuannya adalah untuk mencapai mutu daya tarik visual secara optimal.

5. Faktor identitas

Secara keseluruhan kemasan harus berbeda dengan kemasan lain, memiliki identitas produk agar mudah dikenali dan dibedakan dengan produk-produk yang lain.

6. Faktor promosi

Kemasan mempunyai peranan penting dalam bidang promosi, dalam hal ini kemasan berfungsi sebagai silent sales person. Peningkatan kemasan dapat efektif untuk menarik perhatian konsumen-konsumen baru.

7. Faktor lingkungan

Kita hidup di dalam era industri dan masyarakat yang berpikiran kritis. Dalam situasi dan kondisi seperti ini, masalah lingkungan tidak dapat terlepas dari pantauan kita. Trend dalam masyarakat kita akhir-akhir ini adalah kekhawatiran mengenai polusi, salah satunya pembuangan sampah

Pada program pengabdian ini dilakukan pada seorang pengusaha UMKM yang bergerak dibidang makanan yaitu Mie Basah. yang beralamat dengan alamat Jl Pasar Getengen kel Rante kalua Kec Mengkendek Kabupaten Tana Toraja Sulawesi Selatan.. Mitra mulai menjalankan usaha Mie Basah pada tahun 2010. Mie Basah hanya beberapa kg yang laku dalam sehari Namun hal itu dianggap wajar karena sebagai pemula biasanya memang belum terlalu banyak penjual menetapkan target penjualan.

Mitra pelaku usaha ini belum memiliki pegawai untuk mendukung proses produksi dan penjualan produknya. Sejak proses pembuatan mie mentah, pembuatan pelengkap sajian mie, proses memasak mie dan sampai dengan proses penyajian Berdasarkan wawancara dengan mitra, diperoleh informasi bahwa dalam sehari mitra hanya mampu menjual 200 kg.. Beberapa konsumen memilih untuk membeli dengan metode bungkus atau dibeli untuk dikonsumsi di rumah. Hanya beberapa konsumen yang memesan untuk makan di tempat. Pada saat pengamatan lokasi, situasi warung mie ayam bakar 99 tidak terlalu ramai, bahkan cenderung sepi

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara dengan mitra tersebut, permasalahan yang dihadapi mitra dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Permasalahan pengemasan: kemasan produk sangat tidak menarik
2. Permasalahan pemasaran: penjualan dari UMKM menurun
3. Permasalahan merek: mitra belum memiliki mereka yang dipatenkan.

Tujuan dari kegiatan program kerja pengabdian masyarakat ini adalah memberikan pendampingan dan edukasi serta informasi kepada mitra usaha dalam upaya mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra terkait dengan pengemasan produk, permasalahan pemasaran, dan permasalahan merek. Harapannya mitra dapat berkembang dan mengimplementasikan informasi serta program kerja yang diberikan selama proses pendampingan dalam rangka pengabdian masyarakat.

2. METODE PELAKSANAAN

Tempat dan Waktu.

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Desember 2024 . Tempat dilakukan di Jalan Pasar Getengan Kel Rantekaua Kec Mengkendek . Sasaran dalam program pengabdian adalah Pengusaha UMKM Mie Basah

Metode Pengabdian.

Metode yang dilakukan dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini terdiri dari beberapa tahapan. Tahap pertama adalah dengan melakukan analisis sosial.

Metode Pengabdian.

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan dalam beberapa tahapan, yaitu:

1. Persiapan

Pada tahap ini dilakukan ,semua Tim berkoordinasi dengan lembaga pengabdian pada Masyarakat.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap kedua ini semua tim melakukan pelaksanaan kegiatan yang dimulai dengan melakukan analisis situasi dan mengidentifikasi semua permasalahan yang dialami oleh mitra.

3. Pelatihan dan Pendampingan

Tahap iniketua dan tim akan melakukan pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam mengimplementasikan materi yang telah diperoleh, sehingga dapat membantu secara langsung kendala yang dihadapi oleh mitra.Tim pengabdian melakukan wawancara serta memberikan pendampingan dengan cara berkoordinasi dengan mitra di lokasi usaha mitra.

4. Pelaporan dan Publikasi

Pada tahap ini, ketua dan tim akan membuat pelaporan kemajuan, laporan akhir program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dan publikasi di media online.

5. Evaluasi

Ketua dan tim akan mengevaluasi dari penerapan program-program yang telah diberikan dan dilaksanakan agar tetap tepat sasaran dan membantu mitra jika menghadapi kendala dalam pelaksanaan program. dilakukan monitoring dan evaluasi terhadap hasil implementasi program kerja pengabdian masyarakat yang telah disepakati bersama antara tim abdimas dan mitra pelaku usaha.

Indikator Keberhasilan.

Indikator keberhasilan yang dicapai dengan adanya program kerja pengabdian masyarakat dalam bentuk pendampingan adalah meningkatnya pengetahuan mitra pelaku usaha terhadap pengetahuan pentingnya menyusun strategi pemasaran untuk menjangkau konsumen lebih luas dan lebih banyak. Pengetahuan mitra meningkat dari 10% menjadi 80%, dari awal yang hanya tahu kulit luar strategi pemasaran, sekarang mitra menjadi paham. Berawal dari mitra yang tidak melakukan branding produk, maka dengan adanya pendampingan, mitra menjadi lebih rajin untuk melakukan branding. Melalui pendampingan dan edukasi pentingnya kemasan produk menghasilkan adanya perubahan tampilan kemasan produk sehingga konsumen merasa lebih aman dan terjamin dalam membeli produk yang dihasilkan oleh mitra, hal ini berpengaruh juga pada pendapatan dan kondisi ekonomi mitra pelaku usaha pedagang dan pemilik usaha Mie Telor Nusantara

Metode Evaluasi.

Metode evaluasi akan dilakukan setelah 3 bulan dari pelaksanaan dan implementasi program untuk mengetahui keberhasilan dari program yang telah direncanakan.

Tim Pelaksana kegiatan

Metode Evaluasi.

Metode evaluasi akan dilakukan setelah 3 bulan dari pelaksanaan dan implementasi program untuk mengetahui keberhasilan dari program yang telah direncanakan. Tim Pelaksana kegiatan mengukur pemahaman mitra dengan memberikan pertanyaan wawancara bahan evaluasi terkait dengan strategi pemasaran yang dilakukan mitra. Evaluasi dilakukan dengan langsung melakukan peninjauan ke lokasi mitra untuk membandingkan hasil penjualan dalam satu hari sebelum pendampingan dan program pengabdian masyarakat dijalankan dengan penjualan setelah implementasi program pendampingan dijalankan. Hasil evaluasi kemudian dicatat dan dianalisa untuk memberikan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Sosial

Sebelum mengetahui permasalahan mitra, terlebih dahulu tim melakukan pengamatan dan analisis sosial terhadap situasi dan kondisi mitra. Tahap awal adalah melakukan pendekatan dan wawancara dengan mitra terkait wirausaha yang ditekuni. Melalui wawancara dengan mitra diperoleh informasi bahwa latar belakang mitra memilih untuk berwirausaha adalah karena terjadi pengurangan pegawai sebagai dampak pandemi covid 19 yang berkepanjangan di kantor tempat mitra bekerja. Pengurangan pegawai tersebut menyebabkan mitra sebagai tulang punggung keluarga kehilangan penghasilan rutin setiap bulan. Dalam

sehari hampir 300kg terjual. Dalam proses pengolahan, Mie Telor Nusantara yang telah dimasak dibungkus dengan plastik kemudian diberikan label merek setelah itu dimasukkan kedalam tas

Survei Lokasi Survei

Lokasi dilakukan dengan tujuan melihat lokasi tempat usaha mitra serta melakukan pengamatan proses produksi dari pemilihan bahan baku, pemilahan bahan baku, pengolahan, sampai dengan penyajian produk Mie Telor Nusantara . Pengamatan dilakukan secara berkesinambungan dan terlibat langsung dalam proses tersebut. Inovasi yang dilakukan oleh mitra dalam berwirausaha dan menjual mie ayam menambah nilai unik dan ciri khas tersendiri untuk produk yang dihasilkan. Proses pembelian dan pemilihan bahan baku dilakukan mitra dengan seksama. Mitra memiliki supplier atau pemasok bahan baku langganan di pasar yang memenuhi kebutuhan proses produksi Mie Telor Nusantara Mitra memastikan bahwa bahan baku yang dibeli dan dipilih adalah bahan-bahan dengan kualitas baik dan segar. Sehingga produk yang dihasilkan juga memberikan cita rasa yang enak. Setelah proses pemilihan, pembelian, dan pemilahan bahan baku selesai dilakukan, mitra akan melakukan proses penyimpanan bahan-bahan baku yang telah dibersihkan terlebih dahulu ke dalam lemari pendingin.

Tahap selanjutnya adalah mitra membuka toko utk menjual Mie Telor Nusantara Pada tahap ini mitra akan melakukan dan memastikan kebersihan peralatan masak dan peralatan pendukung yang nantinya akan digunakan dalam proses pembuatan Mie Telor Nusantara. Setelah semua peralatan siap digunakan, Mie Telor Nusantara siap untuk dibuka dan melayani konsumen

Wawancara dengan Mitra

Pada tahap wawancara dengan mitra, dilakukan proses wawancara untuk memperoleh informasi lengkap terkait dengan latar belakang tujuan mitra memilih usaha mie ayam dan proses yang dilakukan dalam rangka mempersiapkan pembukaan usaha berjualan mie ayam. Selama proses wawancara, mitra sangat kooperatif dan bekerjasama dengan baik dalam menjawab pertanyaan dari tim pelaksana program abdimas. Dalam kesempatan wawancara ini, mitra juga bercerita dan memberikan informasi yang cukup terkait dengan kendala yang dihadapi selama proses menjalankan usaha mitra. Selain itu, informasi terkait dengan proses pemilihan bahan baku, pengolahan bahan setengah jadi, dan sampai dengan proses produksi serta penyajian Mie Telor Nusantara juga terdeskripsikan dengan baik.

Hal ini memberikan kemudahan bagi tim pelaksana abdimas untuk menyusun dan memberikan saran program kerja sebagai solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Melalui hasil wawancara juga diperoleh informasi bahwa mitra memang belum melakukan

promosi secara terstruktur dan terencana, melainkan hanya mengandalkan pada metode konvensional, yaitu rekomendasi dari mulut ke mulut

Keberhasilan Kegiatan

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan fokus program p pengemasan dan strategi pemasaran dalam rangka meningkatkan penjualan Mie Telor Nusantara, Hal ini tampak dengan adanya perubahan desain dan pengembangan pengemasan produk Mie Telor Nusantara adanya penggunaan label dan logo merek yang ditampilkan pada kemasan mie ayam bakar. Penggunaan label dan logo merek yang konsisten digunakan diharapkan mampu semakin dikenal masyarakat dan menarik konsumen baru. Selain menggunakan label yang baru mitra juga bisa membuat tas yang mendukung penjualan Mitra. Tas ini muat 5 kg Mie Telor Nusantara. Tas ini diberikan kepada semua konsumen Mie Telor Nusantara

4. KESIMPULAN

Kemasan merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh pemilik UMKM digunakan untuk meningkatkan penjualan UMKM karena dengan kemasan yang menarik dapat menjadi daya tarik dari konsumen untuk membeli produk tersebut.



Gambar 1. Produk

DAFTAR PUSTAKA

- Herydiansyah, G., Candra, M., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan pentingnya label pada kemasan produk dan pajak pada usaha kecil menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Suluh Abdi: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 84–89.
- Nugrahani, R. (2015). Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan UMKM. *Imajinasi: Jurnal Seni*, 9(2), 127–136. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/index>
- Oemar, A. (2017). Perencanaan desain kemasan Peppy's Snack Surabaya. *Jurnal Seni Rupa*, 5(3), 584–590.
- Sasongko, D. (2020). UMKM bangkit, ekonomi Indonesia terungkit. *Jurnal Ilmiah*, 2, 8–11.
- Stanton, W. J., & Lamarto, Y. (1988). *Prinsip pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Swann, A. (1997). *The new graphic design school*. London: New Burlington Books.
- Wirya, I. (1999). *Kemasan yang menjual*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.