

SOCIALIZATION OF BUSINESS MANAGEMENT AND
PACKAGING MANUFACTURE AND LABELLING IN ECY
SNACK BUSINESS

Aida Fitri¹, Nara Pristiwa², Mimasri³, Siti Zaiyana Ulfi⁴
^{1,2,3,4}Program Studi Kewirausahaan, Universitas Muhammadiyah
Aceh
e-mail: aida.fitri@unmuha.ac.id

Abstract

In the current era of globalization, the business world is faced with very tight competition. A business must have the right strategy in dealing with increasingly competitive competition and be able to survive this competition. Aim of this community service is for developing business management, making packaging and labels in the Ecy Snacks business in Banda Aceh. The outputs obtained from this community service activity include (1) the participants, knowledge and insight about business management, packaging and labeling that can be used in running and developing a creative business (2) From the results of the socialization, participants understood the contents of the material and at the end of the session were given question and answer time, obtained several questions from participants and the public including: (a) How do you manage good business management to minimize the risk of loss (b) What is the process of making packaging what is interesting (c) how to determine labeling that is easy for consumers to remember

Keywords: Business Management, Packaging, Labeling

Abstrak

Era globalisasi dunia usahasaat ini dihadapkan dengan persaingan yang sangat ketat. Sebuah usaha harus memiliki strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif dan bisa bertahan menghadapi persaingan tersebut. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk mengembangkan manajemen usaha, pembuatan kemasan dan lebel pada usaha Jajanan Ecy di Banda Aceh. Output yang didapat dari kegiatan pengabdian masyarakat ini diantaranya adalah (1) para peserta, pengetahuan dan wawasan tentang manajemen usaha, pembuatan kemasan dan lebel yang dapat digunakan dalam menjalankan dan mengembangkan sebuah usaha yang kreatif (2) Dari hasil sosialisasi, peserta memahami mengenai isi materi dan di akhir sesi diberikan waktu tanya jawab, didapatkan beberapa pertanyaan dari peserta dan masyarakat diantaranya : (a) Bagaimanakah cara menegelola manajemen usaha yang baik untuk meminimalisirkan resiko kerugian (b) Bagaimana proses pembuatan kemasan yang menarik (c) bagaimana menentukan pelebelan yang mudah di ingat oleh konsumen

Kata kunci: manajemen pemasaran, pengemasan, label

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini, dunia wirausaha menjadi hal yang sangat diminati oleh semua kalangan dari yang muda sampai kalangan tua. Banyak orang yang lebih melirik dunia ini untuk mencari penghasilan. Berada di dunia wirausaha pun tidak semudah yang dibayangkan. Memasuki era globalisasi seperti sekarang ini, dunia usaha dihadapkan dengan persaingan yang sangat ketat. Untuk itu, sebuah usaha harus memiliki strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif dan bisa bertahan menghadapi persaingan tersebut.

Jajanan pasar adalah salah satu budaya kuliner Indonesia yang memiliki kekayaan, keindahan, kekhasan, kreativitas dan simbol dalam sajiannya, pada saat ini sudah semakin terpinggirkan karena tergerus oleh jaman yang semakin serba modern serta pengaruh budaya luar yang masuk ke negeri Indonesia yang mengakibatkan munculnya makanan modern yang lebih praktis dan instan. Gencarnya makanan instan dari media massa menjadi penyebab tenggelamnya makanan tradisional, strategi perdagangan yang kuat juga mengubah pola pikir masyarakat mengenai pangan. Pengaruh dari budaya luar itu ikut bercampur baur dan sedikit demi sedikit mulai menghilangkan nilai-nilai budaya yang dimiliki bangsa Indonesia.

Jajanan pasar sendiri atau sering disebut juga dengan kue basah sudah dikenal bangsa Indonesia dari sejak dulu dan sudah berlanjut dari generasi ke generasi sampai sekarang, walaupun dalam kenyataannya banyak generasi sekarang yang tidak ingin kembali melanjutkan salah satu warisan budaya kuliner nusantara ini. Sejak dahulu jajanan pasar ini memiliki cita rasa khas Indonesia dan merupakan makanan tradisional yang jenis dan ragamnya melimpah di seluruh pelosok nusantara dan memiliki pesan dan simbol didalamnya. Biasanya dalam tiap daerah juga memiliki jajanan pasar yang khas tetapi tidak jarang juga banyak jajanan pasar yang mirip dalam daerah yang berbeda, hal itu diakibatkan dari pengaruh potensi alam yang ada didaerahnya. Oleh karena itu banyak daerah yang suka menganggap jajanan pasar yang beredar di satu daerah tersebut dianggap makanan khas daerahnya.

Jajanan pasar ini juga pada awalnya hanya disediakan untuk upacara selamatan, acara-acara adat atau dalam pesta yang disediakan dalam bentuk tampah yang berisi berbagai macam jenis jajan pasar. Tetapi dengan berlalunya waktu maka pergeseran dalam jajanan pasar itu mulai terjadi, hal ini dapat dilihat dari penggunaan kemasan yang memakai bahan modern seperti plastik dan inovasi baru dalam kue jajanan pasar. Jajanan pasar ini sangat penting untuk dilestarikan karena memiliki sisi yang sangat unik dari sisi budaya tradisinya, baik yang kasat mata dan tidak kasat mata, seperti keunikan dalam mengolah kemasannya yang sedari dulu sudah memakai dedaunan yang dibentuk sedemikian rupa yang menghasilkan bentuk yang unik dan sangat tradisional, walaupun sekarang juga sudah banyak yang bergeser dari bentuk awalnya tetapi masih tetap tidak meninggalkan nilai tradisionalnya. Tetapi sekarang ini mulai terjadi pergeseran ke bahan yang lebih praktis sehingga nilai tradisional itu hilang dan tidak lagi memiliki keunikan.

Selain dari kemasan yang terlihat sangat tradisional itu ternyata jajanan pasar juga memiliki nilai-nilai tradisi di dalamnya yang memiliki makna dan biasanya dipakai dalam ritual tertentu, walaupun hal itu tidak banyak diketahui oleh masyarakat sekarang ini. Dalam memakan beberapa jajanan pasar ini pun ada yang memiliki keunikan dalam cara makannya walaupun hal itu tidak selalu sama.

Perkembangan jumlah industri rumah tangga dari tahun ke tahun semakin bertambah. Perkembangan industri rumah tangga baru terlihat dari sisi jumlahnya saja, secara umum dalam aspek mutu atau kualitas terutama dalam hal strategi branding (labeling dan packaging) dan teknis-teknis marketing hanya sedikit yang mengalami peningkatan. Hal ini tak lepas dari ketidakmaksimalan pelaku UMKM untuk memperhatikan branding maupun teknis-teknis marketing produk yang dihasilkan tersebut. Labeling dan Packaging yang secara langsung menjadi penampilan produk merupakan identitas produk tersebut sehingga pengelolaan penampilan menjadi salah satu aspek penting yang harus diperhatikan oleh pelaku industri rumah tangga, karena lima detik pandangan pertama sangat menentukan pilihan para konsumen sehingga penampilan sangatlah penting artinya bagi konsumen di pasaran.

Tujuan dibuat pengabdian ini adalah untuk menambah wawasan mengenai pengembangan manajemen usaha, pembuatan kemasan dan label pada usaha Jajanan Ecy

2. METODE PENGABDIAN

Pengabdian Kepada Masyarakat ini tentang manajemen usaha, pembuatan kemasan dan label pada usaha Jajanan Ecy. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Masyarakat yang memiliki usaha untuk dikembangkan lebih kreatif dan inovatif dengan jumlah peserta 50 orang

Jenis Kegiatan

Sosialisasi manajemen usaha, pembuatan kemasan dan label pada usaha Jajanan Ecy

Tahapan kegiatan

Kegiatan Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat terbagi menjadi tiga tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan tahap monitoring.

Metode dan Tahapan dalam Kegiatan pengabdian kepada masyarakat

Metode dan Tahapan dalam Kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk Sosialisasi manajemen usaha, pembuatan kemasan dan label pada usaha Jajanan Ecy. Pendekatan yang akan dilakukan adalah dengan memberikan pengetahuan yaitu menyumbangkan kemampuannya dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat, metode penyuluhan dan pelatihan dapat menjadi salah satu alternatif bagi kami untuk membantu peserta dalam memajukan usaha. Dengan demikian, metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah :

a. Metode Ceramah

Peserta diberikan motivasi agar memiliki kemauan untuk melakukan pemasaran dan menggunakan pelaporan keuangan serta juga mulai menerapkan strategi pemasaran produk dalam kegiatan bisnisnya. Selain itu, peserta diberikan materi gambaran umum tentang pentingnya manajemen usaha, pentingnya kemasan dan label pada produk, laporan keuangan dan strategi pemasaran produk yang tepat terhadap siswa. Langkah pertama diselenggarakan selama 60 menit

b. Tutorial

Peserta penyuluhan diberikan materi singkat tentang pengembangan pemasaran. Kemudian mereka juga di berikan gambaran umum tentang teknologi berupa digital yang bisa dimanfaatkan sebagai sarana pengembangan pemasaran. Langkah kedua diselenggarakan selama 45 menit.

c. Diskusi.

Peserta penyuluhan diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan bisnis, keuangan dan pemasaran teknologi yang selama ini dihadapi. Langkah ketiga diselenggarakan selama 1 jam.

Deskripsi Kegiatan yang akan Didesiminasi ke Masyarakat Adapun rincian kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut: 1. Penggalan data awal mengenai kondisi pengetahuan peserta dalam manajemen usaha 2. pembuatan kemasan 3. Proses pelebelan, pelatihan secara teori dan praktek, serta menumbuhkan kepercayaan sehingga dapat melakukan inovasi yang baik.

Pengabdian ini akan dilakukan pada hari Senin 1 Maret 2023 di usaha Jajanan Ecy yang beralamat di Jalan Rama Setia No 201, Lampaseh Kota, Kota Banda Aceh.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan cara tatap muka. Secara umum kegiatan ini berjalan dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan. Terkait dengan partisipasi, secara keseluruhan karyawan dalam keadaan dan aktif dalam mengikuti acara sampai selesai. Pelaksanaan pengabdian ini membahas tentang :

1. Manajemen Usaha
2. Pengelolaan Usaha
3. Desain Produk
4. Lebel Produk

Hasil kegiatan PPM secara garis besar mencakup beberapa komponen sebagai berikut:

1. Keberhasilan target jumlah peserta pelatihan
2. Ketercapaian tujuan pelatihan
3. Ketercapaian target materi yang telah direncanakan

4. Kemampuan peserta dalam penguasaan materi

Jajanan Ecy memiliki keunikan tetapi banyak para usaha yang sudah bergerak ke dunia usaha tersebut. Jajanan pasar saat ini tergeser oleh kemajuan jaman, padahal jika dilihat sentra kuliner tradisional bisa dijadikan aset untuk pembangunan dalam bidang pariwisata yang saat ini sedang berkembang. Oleh karena itu maka bisa terbuka peluang untuk membuka bisnis di bidang jajanan pasar tersebut, karena selain jajanan pasar itu ternyata memiliki berbagai keunikan dan mengandung unsur tradisi didalamnya yang bisa dilestarikan dan dijadikan aset budaya dan pariwisata. Tetapi sayangnya saat ini jajanan pasar sendiri belum banyak diangkat dan dipromosikan ke dalam masyarakat selain itu juga jajanan pasar ini kebanyakan perlu diangkat karena belum memiliki brand yang kuat dalam setiap produknya.



Gambar 1: contoh produk belum menggunakan kemasan dan label

4. SIMPULAN

Kesimpulan yang didapatkan dari kegiatan ini peserta pelatihan merasakan memiliki ilmu dan wawasan tambahan mengenai manajemen usaha, pembuatan kemasan dan lebel pada usaha Jajanan Ecy, termotivasi untuk melakukan perubahan pada manajemen usaha, membuat kemasan dan lebel dengan

mudah dapat menentukan kemasan dan label yang baik untuk dan mengatur manajemen usah ayang lebih baik lagi

5. SARAN

Peserta masih banyak memerlukan bimbingan lebih lanjut dan dapat melakukan praktik langsung dari pihak sosialisasi untuk pemahaman dan praktik lebih seperti manajemen usaha yang mencakup tentang pelaporan laba rugi, harga pppk produksi, pembuatan label dan kemasan yang menarik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyelesaian kegiatan pengabdian masyarakat ini kami mengucapkan terima kasih kepada para pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan ini yaitu Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh, Bapak Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, ketua LP4M Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Bapak dan Ibu peserta sebagai mitra dalam pengabdian masyarakat ini sehingga pengabdian ini dapat berjalan dengan lancar baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B.,2015, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung : CV Alfabet
- David Viale.2017. *Human Behavior at Work, Organization Behavior*. New Delhi: McGraw Hill Publishing Company Ltd.
- Ferdinand, 2015,*Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, Semarang : Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga.
- Nuryanti Lena B.,Rahman Yunia Anisa, 2017, *Pengaruh Variasi Dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Kotak Ultrajaya*. Jurnal Strategic. Vol 7. Nomor 14. Tahun 2017

Reksohadiprodjo, Soekanto, dan Handoko, T. Hani., 2016, *Organisasi Perusahaan*.

Yogyakarta: BPFE.

Wicaksono, 2016, *Kemasan Produk Pemasaran*, Jakarta : Pustaka Utama

Lampiran



