

PELATIHAN KREASI PRODUK DAN PACKAGING DI PALOPAT PIJORKOLING DUSUN II KECAMATAN PADANGSIDIMPUAN TENGGARA KOTA PADANGSIDIMPUAN

Hamni Fadlilah Nasution*¹, Zulaika Matondang², Sahriadi Siregar³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Padangsidimpuan

Corresponding Author: *¹ hamni@iain-padangsidimpuan.ac.id

ABSTRAK

Kondisi perekonomian pada masa pandemi Covid-19 telah memberikan dampak negatif bagi kehidupan masyarakat di Palopat Pijorkoling Dusun II Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara Kota Padangsidimpuan. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan melalui program magang mandiri dipandu oleh dosen sebagai supervisor mengadakan pelatihan produk kreatif dan packaging. Kegiatan pengabdian dilakukan agar para ibu rumah tangga yang membantu ekonomi keluarga dengan memproduksi makanan ringan dapat lebih kreatif dalam produk dan packaging. Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian dilakukan dengan 4 tahapan yaitu identifikasi kegiatan yang akan dilakukan, sosialisasi, pelatihan tentang produksi dan teknik packaging (pengemasan) dan evaluasi kegiatan. Hasil evaluasi menunjukkan peserta dapat memahami bagaimana produk kreatif dan packaging yang menarik.

Kata Kunci : pelatihan, sosialisasi, produk kreatif, packaging, wirausaha

PENDAHULUAN

Persaingan dunia usaha yang semakin kompetitif, mendorong perusahaan untuk menjadikan sumber daya manusia sebagai aset utama dan mitra strategis dalam mencapai visi dan misi perusahaan. Oleh karena itu perusahaan seringkali bersaing untuk mendapatkan sumber daya manusia yang kompeten dan berkualitas. Kegiatan magang yang dilaksanakan mahasiswa untuk melatih dan meningkatkan kualitas kerja para mahasiswa agar benar-benar siap memasuki dunia kerja.

Melihat kondisi dan situasi saat ini dimana negara kita terserang oleh virus Covid-19 sejak akhir tahun 2019 menyebabkan magang dilakukan secara mandiri oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Mahasiswa mengadakan kegiatan magang mandiri yang dipandu oleh dosen sebagai supervisor kegiatan. Kegiatan juga merupakan wujud nyata dari tri darma perguruan tinggi yaitu melakukan pengabdian kepada masyarakat.

Ide mahasiswa bersama supervisor untuk melakukan kegiatan ini muncul akibat dari kondisi ekonomi masyarakat karena pandemic COVID-19. Kebijakan

pemerintah yang menerpakan segala kegiatan dalam masyarakat harus mengikuti aturan protokol mengharuskan masyarakat untuk mengadaptasi usahanya dengan keadaan saat ini. Hasil observasi tim di Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara tepatnya di Palopat Pijorkoling Dusun II, banyak ibu-ibu yang membantu ekonomi keluarga dengan berwirausaha.

Istilah wirausaha berdekatan dengan istilah wiraswasta, meski terdapat perbedaan. Wiraswasta lebih fokus pada objek, sedangkan wirausaha lebih menekankan pada jiwa dan semangat kemudian diaplikasikan dalam segala aspek kehidupan. Jadi perbedaan seorang wiraswasta dengan seorang wirausaha adalah wirausaha cenderung bermain dengan risiko dan tantangan. Artinya, wirausaha lebih bermain dengan cara memanfaatkan peluang-peluang tersebut. (Rusydi Ananda & Tien Rafida, 2016). Selanjutnya Suryana juga menjelaskan bahwa kewirausahaan adalah suatu daya atau kemampuan kemampuan untuk memberikan nilai tambah di pasar melalui proses pengelolaan sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda dengan melakukan pengembangan teknologi baru, penemuan pengetahuan ilmu baru, perbaikan produk atau jasa yang sudah ada dan penemuan cara-cara yang baru untuk menghasilkan produk yang lebih banyak. (Rusydi Ananda & Tien Rafida, 2016)

Wirausaha merupakan salah satu bagian dari UMKM. situasi apapun kegiatan UMKM di Indonesia harus dapat bertahan bahkan ditingkatkan agar kesejahteraan masyarakat dapat tercapai. Selain itu dalam pandemi covid ini pelaku usaha harus pengoptimalkan peran SDM terutama meningkatkan daya inovasi dan kreativitasnya agar usaha ini tetap berjalan. (Maskarto Lucky Nara Rosmadi, 2021)

Peran sumber daya manusia dalam mengembangkan kegiatan dalam berwirausaha dapat dilakukan dengan meningkatkan inovasi dan kreativitas atas produk yang dihasilkan terutama dalam produk makanan ringan. (Maskarto Lucky Nara Rosmadi, 2021). Makanan ringan sering disebut dengan camilan atau kudapan. Makanan ringan adalah makanan untuk menghilangkan rasa lapar seseorang sementara waktu, memberi sedikit pasokan tenaga ke tubuh, atau sesuatu yang dimakan untuk dinikmati rasanya. Makanan ringan yang dikelola oleh ibu-ibu di Palopat Pijorkoling Dusun II adalah keripik tempe, keripik kaca dan keripik lidi.

Produk yang dihasilkan harus sesuai dengan keinginan dari konsumen. Sehingga ibu-ibu rumah tangga tersebut harus mampu mengembangkan produk sehingga konsumen mau membeli produknya. Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam mengembangkan produk untuk menjamin produk yang dihasilkan dapat menarik konsumen yaitu kesan secara fisik, kemasan produk, pelayanan dan kemudahan. (Hari Eko Irianto & Giyatmi, 2021)

Produk yang dihasilkan para ibu rumah tangga tersebut masih sederhana dan tradisonal. Produk yang dihasilkan sama dengan tahun-tahun sebelumnya tidak ada inovasi yang diberikan. Sehingga kesan konsumen terhadap produk biasa saja. Tim menganggap penting untuk memberikan kontribusi agar ibu-ibu rumah tangga lebih kreatif dalam memberikan produk yang kreatif. Selain produk yang kurang

kreatif juga *packaging* yang dilakukan masih tradisional. *Packaging* yang kurang baik, tentu akan menyebabkan produk kurang diminati konsumen.

Packaging hanya berfungsi sebagai wadah atau bungkus yang berfungsi untuk melindungi atau menutupi atau untuk memudahkan suatu produk dibawa, tetapi seiring perkembangan zaman, *packaging* dituntut untuk mampu menumbuhkan ketertarikan konsumen untuk membeli. Adanya kemasan/ *packaging* yang baik hendaknya dapat menjadi media komunikasi / promosi yang mendongkrak penjualan, karena *packaging* pada saat ini mengalami pergeseran fungsi yang awalnya hanya melindungi sebuah produk, kini berfungsi sebagai identifikasi sebuah merk dagang. Perkembangan *packaging* akhirnya menjadikan bagian ujung tombak dari promosi suatu produk yang akhirnya berfungsi meningkatkan nilai jual produk. (Muhajirin et al., 2013)

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) memberikan dampak positif bagi masyarakat juga mengikuti seluruh program. Produk yang ditawarkan melalui program PKM kelompok pengerajin keripik singkong dan talas di desa Brongkal, kecamatan Pagelaran kabupaten Malang juga mengalami peningkatan mutu. Diantaranya, pada proses pengolahan keripik di desa Brongkal ini dan tidak menggunakan bahan tambahan bahan kimia, proses pengolahan makanan yang tepat dan sesuai standard dan proses pengepakan dan pelabelan telah dilaksanakan oleh masyarakat di desa Brongkal untuk membantu peningkatan produksi dan perekonomian warga masyarakat.. Selain jenis variasi keripik singkong dan talas sehingga sesuai dengan selera masyarakat dan mampu menjadi makanan yang diharapkan menjadi daya Tarik kuliner di Jawa timur. (Siane Herawati et al., 2019)

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang akan dilakukan adalah memberikan pelatihan tentang produk kreatif dan *peacking* kepada masyarakat Palopat Pijotkoling Dusun II Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara Kota Padangsidimpuan. Dengan tujuan masyarakat lebih memahami dan mampu mengaplikasikan produk kreatif dengan proses yang higienis dalam usahanya dan memberikan kemasan yang menarik untuk produk dari usahanya.

METODE

Kegiatan pengabdian dilakukan dengan memberikan pelatihan yang diikuti oleh seluruh pelaku usaha rumah tangga yang berada di palopat pijorkoling Dusun II, Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara, Kota Padangsidimpuan. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan sebanyak 4 tahapan. Tahap pertama kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan audiens dengan Camat Padangsidimpuan Tenggara. Kegiatan ini dilakukan untuk memperoleh izin kegiatan dan dukungan dari pihak berwenang sekaligus melakukan identifikasi kegiatan yang akan dilakukan sekaligus melakukan observasi untuk memperoleh daerah yang menjadi lokasi pengabdian. Tahap kedua, melakukan sosialisasi kegiatan pengabdian. Tahap ketiga, pelatihan tentang produksi dan teknik pengemasan. Tahap keempat, evaluasi kegiatan.

Kelima tahap ini secara garis besar dapat diklasifikasikan menjadi tahap persiapan, pelaksanaan kegiatan dan evaluasi. Tahap persiapan, tim pengabdian Menyusun perencanaan kegiatan agar kegiatan yang dilakukan lebih terarah dan terkontrol. Sosialisasi dilakukan dengan tujuan agar masyarakat tertarik untuk berpartisipasi dalam kegiatan. Pelatihan dilakukan dengan tujuan untuk mengaplikasikan teori yang diperoleh dalam kegiatan sosialisasi sehingga dapat mengembangkan produk yang lebih kreatif. Selain itu, pelatihan diharapkan dapat meningkatkan kemampuan warga dalam melakukan inovasi produk yang semakin berkembang. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan pelatihan dan sosialisasi yang dilakukan apakah memberikan dampak positif kepada masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian yang dilakukan di Pijoroling Dusun II Kecamatan Padangsidempuan Tenggara dilaksanakan dengan melakukan dua kegiatan inti yaitu pelatihan dan seminar tentang produksi dan kegiatan packaging dari produk yang dihasilkan. Kegiatan pengabdian dilaksanakan di rumah salah satu warga yang dihadiri pelaku industri rumah tangga.

Kegiatan diawali dengan melakukan tatap muka dengan Bapak Camat Kecamatan Padangsidempuan Tenggara. Tim pengabdian menjelaskan tentang tujuan dan kegiatan yang akan dilaksanakan. Pada kegiatan ini maka kegiatan pengabdian dilakukan di Palopat Pijorkoling Dusun II. Hal ini disebabkan di daerah ini banyak terdapat usaha rumah tangga.



Gambar. 1. Tim Pengabdian melakukan Audiens dengan Camat Padangsidempuan Tenggara

Kegiatan selanjutnya adalah melakukan sosialisasi untuk mengajak masyarakat yang memiliki wirausaha untuk dapat memproduksi produk yang lebih kreatif serta memberikan kemasan yang lebih menarik.



Gambar 2. Sosialisasi Kepada Masyarakat

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan meningkatkan pemahaman masyarakat yang tentang pentingnya produk yang kreatif. Terkadang meskipun produk berasal dari bahan yang sama dengan produk lain. Namun, dengan adanya kreasi yang diberikan dengan tentukan akan menjadi nilai tambah bagi produk yang diproduksi. Dengan produk yang kreatif akan meningkatkan minat beli konsumen akan produk. Produk kreatif tidak cukup harus didukung dengan aspek packaging dari produk yang menarik. Kemasan produk yang menarik tentu akan menjadi nilai tambah produk yang telah kreatif.

Tim pengabdian melakukan kegiatan pelatihan pembuatan produk. Produk kreatif yang dilatih adalah keripik tempe, keripik kaca dan keripik lidi. Kegiatan dilakukan mulai dari pembuatan adonan, teknik pemotongan dan proses memasak yang akan menghasilkan produk kreatif yang lebih gurih. Berikut adalah gambar proses pembuatan adonan keripik.



Gambar 3. Pembuatan Adonan Keripik

Bahan-bahan yang diperlukan untuk membuat keripik kaca antara lain: tepung kanji atau tapioka, garam dan penyedap rasa. Bahan-bahan untuk keripik tempe

yaitu tepung beras, tapioka, tempe yang diiris tipis dan melebar, telur, penyedap rasa, bawang putih, bawang merah, kencur, ketumbar dan sedikit kemiri. Teknik pemotongan dilakukan dengan cara memotong tempe secara melebar tipis. Beda dengan memotong tempe secara berdiri. Gerakkan pisau seperti menggergaji dari bagian kiri ke kanannya. Jangan menekan pisau karena nantinya kacang kedelai bisa lepas-lepas. Pemotongan tempe juga dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan alat pemotong yang sudah banyak dijual. Kerupuk lidi dengan bahan-bahan adonan yaitu tepung sagu, tepung terigu, baking powder, penyedap rasa juga garam.



Gambar 4. Proses Penjemuran Keripik Kaca

Penjemuran keripik kaca harus higienis dan dilapisi dengan plastik bening. Keripik harus diberikan alas dari atas dan bawah. Keripik dijemur sampai terlihat benar-benar kering dan terlihat seperti kaca.



Gambar 5. Teknik Penggorengan Keripik

Penggorengan dilakukan dengan api yang benar-benar panas. Setelah digoreng sampai masak, tidak boleh langsung dikemas. Tapi ditunggu sampai benar-benar tidak mengandung minyak lagi. Dengan kata lain, keripik benar-benar kering dan dingin.

Sosialisasi dan pelatihan yang diberikan tentang produk kreatif kepada

masyarakat semakin membuka pemahaman masyarakat tentang produk-produk yang kreatif. Masyarakat terutama ibu-ibu semakin termotivasi untuk memproduksi produk yang kreatif karena semakin bersaingnya dunia usaha saat ini.

Produk kreatif yang sudah tersedia dikemas dalam kemasan yang disebut dengan istilah *packaging*. *Packaging* dilakukan dengan bungkus yang sudah didesain. Tujuan dilakukan *packaging* selain untuk membuat produk lebih menarik juga sebagai alat pelindung dari kerusakan. Tim pengabdian memberikan pelatihan teknik *packaging*. *Packaging* dilakukan dengan menggunakan plastik mika serta memberikan label merk produk agar konsumen dapat mengenali produk dengan mudah. Contoh *Packaging* dapat dilihat pada gambar 6, 7 dan 8.



Gambar 6. *Packaging* Keripik Tempe



Gambar 7. *Packaging* Keripik Lidi

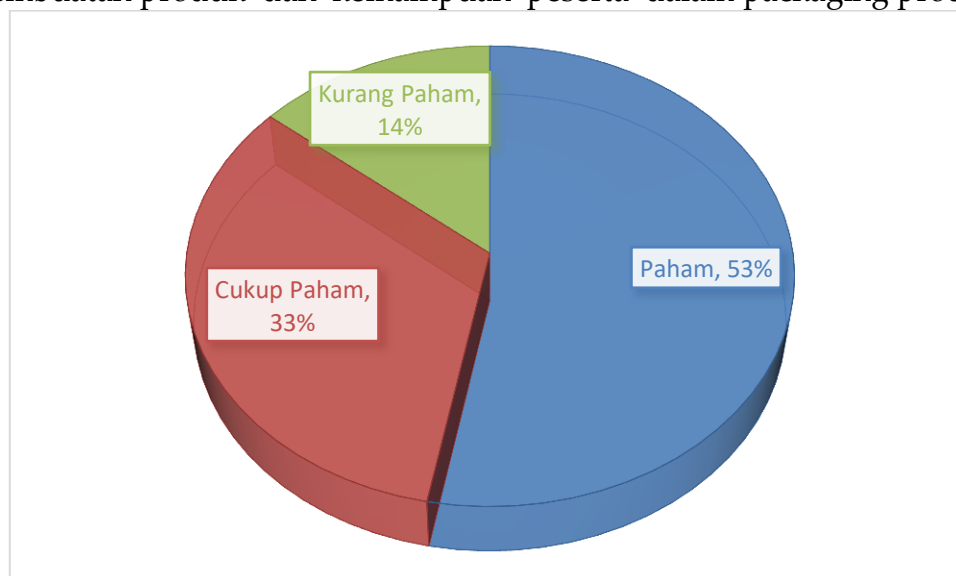


Gambar 8. *Packaging* Keripik Kaca

Packaging dilakukan dengan tujuan agar keripik tahan lama tidak melemem. Bahan *packaging* yang dipilih adalah bahan mika dengan alasan lastik mika menjadi bahan yang paling sering digunakan. Selain harga yang murah, bentuk mika lebih beragam dan dapat disesuaikan dengan kue. Dengan begitu kue bisa sampai ditangan pembeli dengan keadaan utuh. Selain itu mika digunakan karena lebih kokoh dari jenis kemasan plastik pada umumnya.

Pada saat sebelum dilakukan seminar dan pelatihan, ibu-ibu rumah tangga melakukan *packaging* dengan kemasan yang tradisional. Produk menjadi terlihat lusuh dan mudah melemem. Mereka tidak memahami keuntungan dengan memberikan *packaging* yang baik. Pada kegiatan seminar tim memberikan pengetahuan tentang *packaging* yang baik. Sehingga terjadi berbagi ilmu kepada masyarakat. Mengingat pada masa saat ini, konsumen bukan hanya melihat rasa dari produk. Tapi juga mau membeli dengan harga lebih produk yang *dipackaging* dengan menarik. Masyarakat Palopat Pijorkoling Dusun II menjadi lebih paham tentang *packaging* dan dapat mengaplikasikan dalam kegiatan usaha mereka.

Kegiatan terakhir adalah tim melakukan evaluasi tentang pemahaman tentang produk kreatif dan *packaging*. Pemahaman peserta tentang materi yang telah disosialisasikan. Peserta sebanyak 15 ibu-ibu rumah tangga. Gambar 9 menunjukkan bahwa 53% dari jumlah peserta kegiatan pelatihan memahami materi yang telah diberikan, sebanyak 33% dari jumlah peserta cukup memahami materi yang telah diberikan, sedangkan peserta yang kurang memahami sebanyak 14%. Evaluasi tingkat pemahaman peserta akan materi yang telah diberikan dinilai berdasarkan keterlibatan peserta dalam pembuatan produk dan kemampuan peserta dalam *packaging* produk.



Gambar 9. Pemahaman Peserta Setelah Pelatihan

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan yang dilakukan di Palopat Pijorkoling Dusun II Kecamatan Padangsidempuan Tenggara Kota Padangsidempuan memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada peserta pelatihan yang terdiri dari 15 ibu-ibu rumah tangga. Kegiatan yang diberikan adalah sosialisasi dan pelatihan. Sosialisasi tentang materi terkait produk dan packaging. Pelatihan dilakukan tentang bagaimana melakukan produksi produk yang kreatif dan packaging yang menarik. Kegiatan pengabdian dilakukan dengan 4 tahapan. Tahap evaluasi menunjukkan ibu-ibu rumah tangga sebagai peserta pelatihan memahami kegiatan yang dilakukan dan mampu memberikan produk yang kreatif dan kemasan yang menarik bagi produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Hari Eko Irianto & Giyatmi. (2021). *Pengembangan Produk Pangan* (1st ed.). Rajawali Press.
- Maskarto Lucky Nara Rosmadi. (2021). Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19. *Jurnal IKRA-TH Ekonomika*, 4 No 2, 87–94. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v4i2.1021>
- Muhajirin, Arsianti Latifah, & Dwi Retno Sri Ambarwati. (2013). *Laporan Kegiatan :Pelatihan Pembuatan Kemasan (Packaging) untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Kerajinan Topeng dan Patung Kayu di Patuk, Kabupaten Gunung Kidul*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Universitas Negeri Yogyakarta.
http://lppm.uny.ac.id/sites/lppm.uny.ac.id/files/Muhajirin_PPM_REG.pdf
- Rusydi Ananda & Tien Rafida. (2016). *Pengantar Kewirausahaan*. Perdana Publishing.
- Siane Herawati, Giovanni Irawan, & Mujiono. (2019). *Pelatihan Membuat Keripik Singkong dan Talas di Desa Brongkal, Kecamatan Pagelaran Kabupaten Malang*. 4 no 1. <https://doi.org/10.33366/japi.v4i1.1225>