

Inovasi Kemasan Produk Sambal Lingkung sebagai Produk Kuliner Unggulan Khas Jambi

Agus Solikhin ^{*1}, Husni Hasbullah ², Yayuk Sriyudha ³, Ade Perdana Siregar ⁴

^{1,2,3,4} Universitas Jambi; Kampus Pinang Masak Mendalo Darat, 583317

^{1,2,3,4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

email: ^{*1} agus.slk09@gmail.com, ² husni.hasbullah.unja@gmail.com, ³ yayuk.sriyudha@unja.ac.id,

⁴ ade.perdana@unja.ac.id

Abstrak

Konsumen tidak hanya sebatas melihat pada nilai atau fungsi dari suatu produk yang dibutuhkan, tetapi konsumen juga memperhatikan apakah produk yang dipilih memiliki nilai tambah atau kelebihan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. Sambal lingkung adalah sambal kering yang terbuat dari ikan melalui proses sangrai tanpa menggunakan minyak. Produk sambal lingkung ini memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai salah satu oleh-oleh khas Jambi karena rasanya yang lezat, gurih dan keberadaannya yang belum ada di daerah lain. Melalui kegiatan ini diupayakan adanya inovasi produk sambal lingkung sebagai upaya peningkatan usaha UMKM, karena sambal lingkung belum memiliki kemasan yang menarik. Pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan mitra adalah sebagai berikut: 1) Metode ceramah, dengan memberikan materi mengenai trik membuat desain yang menarik; 2) Metode tutorial, dengan membuat desain yang menarik untuk kemasan; 3) Metode diskusi, memberikan kesempatan tanya jawab mengenai hal-hal yang belum dipahami atau kendala-kendala yang dihadapi selama kegiatan ini. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan dapat memberikan solusi pada permasalahan yang dihadapi mitra. Penjelasan mengenai desain kemasan dan praktek membuat kemasan dapat dipahami oleh mitra dengan baik. Kemasan yang baik memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa produk higienis, bersih dan rapih. Desain yang menarik memberikan kesan tersendiri bagi konsumen dan akan menumbuhkan minat beli.

Kata kunci: Inovasi Kemasan, Sambal Lingkung

Abstract

Consumers do not only look at the value or function of a product they need, but consumers also pay attention to whether the product they choose has added value or advantages compared to other similar products. Sambal lingkung is a dry chili sauce made from fish through a roasting process without using oil. This environmentally friendly chili product has the potential to be developed as one of Jambi's typical souvenirs because it tastes delicious, savory and is not available in other areas. Through this activity, efforts are made to innovate environmental chili products as an effort to improve MSME businesses, because environmental chili sauce does not yet have attractive packaging. The approach offered to solve partner problems is as follows: 1) Lecture method, by providing material regarding tricks for creating attractive designs; 2) Tutorial method, by creating an attractive design for the packaging; 3) Discussion method, providing opportunities for questions and answers regarding things that are not yet understood or obstacles faced during this activity. The implementation of community service activities can provide solutions to the problems faced by partners. Explanations regarding packaging design and packaging making practices can be understood by partners well. Good packaging gives consumers confidence that the product is hygienic, clean and neat. An attractive design makes a special impression on consumers and will increase buying interest.

Keywords: Packaging Innovation, Sambal Lingkung

1. PENDAHULUAN

Perkembangan konsep pemasaran tidak hanya tertuju pada upaya memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui pemahaman yang mendalam tentang konsumen. Namun, seharusnya suatu usaha mampu memberikan kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen secara lebih baik dibandingkan dengan pesaing. Suatu usaha melalui produknya mampu memberikan keunggulan yang kompetitif dibandingkan dengan pesaingnya. Pelanggan umumnya menginginkan produk-produk yang inovatif sesuai dengan keinginan mereka. Bagi usaha kecil dan

menengah (UKM), keberhasilan dalam pengembangan inovasi produk baru berarti UKM tersebut selangkah lebih maju dibanding dengan pesaingnya. Hal ini menuntut kepandaian UKM dalam mengenali selera pelanggannya sehingga pengembangan inovasi produk yang dilakukannya pada akhirnya memang sesuai dengan keinginan pelanggannya. Dengan demikian pengembangan inovasi produk harus betul-betul direncanakan dan dilakukan dengan cermat (Lubis et al., 2022)

Dalam mengkonsumsi suatu produk, konsumen tidak hanya sebatas melihat pada nilai atau fungsi dari suatu produk yang dibutuhkan, tetapi konsumen juga memperhatikan apakah produk yang dipilih memiliki nilai tambah atau kelebihan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. Keinginan inilah yang harus dimengerti oleh produsen sebagai landasan untuk melakukan proses inovasi. Perkembangan inovasi yang berhasil akan menjadi strategi yang tepat untuk mempertahankan kedudukan produk di pasar, karena sebagian besar dari produk pesaing tampil statis dari tahun ke tahun. (Kotler et al., 2012)

Kelompok Usaha Daniz salah satu kelompok usaha yang memproduksi makanan tradisional. Salah satu makanan tradisional yang sangat unik dan belum dikenal masyarakat umum adalah sambal lingkung. Melihat potensi produk khas daerah Jambi tersebut, maka Kelompok Usaha Daniz dipilih sebagai mitra pada pengabdian kepada masyarakat ini. Kelompok Usaha Daniz beralamat di RT. 03 Kelurahan Tengah Kecamatan Pelayangan Kota Jambi, ketua dari kelompok usaha ini bernama Rahmawati. Kelompok Usaha Daniz sangat aktif dalam menjalankan usaha, setiap hari memproduksi makanan tradisional sebagai produk utama dalam usahanya. Makanan tradisional yang di produksi oleh Kelompok Usaha Daniz yang memiliki keunikan dan kemenarikan sebagai produk kuliner khas Jambi adalah sambal lingkung.

Sambal lingkung adalah sambal kering yang terbuat dari ikan melalui proses sangrai tanpa menggunakan minyak. Produk sambal lingkung ini memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai salah satu oleh-oleh khas Jambi karena rasanya yang lezat, gurih dan keberadaanya yang belum ada di daerah lain. Namun disayangkan suatu usaha terpadu antar UKM, pemerintah dan pengusaha untuk mengembangkan produk sambal lingkung. Meskipun telah diproduksi oleh terbentuk beberapa kelompok usaha, namun hanya beberapa kelompok yang konsisten dan kontiniu untuk memproduksi sambal lingkung. Melalui kegiatan ini diupayakan adanya inovasi produk sambal lingkung sebagai upaya peningkatan usaha UMKM di kecamatan Pelayangan, karena sambal lingkung belum memiliki kemasan yang menarik.



Gambar 1. Produk Sambal Lingkung

Kemasan merupakan suatu alat pemasaran yang sangat penting, bukan hanya sebagai pembungkus tetapi juga menjadi daya tarik bagi konsumen. Menurut Tjiptono (2002), pengemasan merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah atau pembungkus untuk suatu produk. Kemasan merupakan merupakan penglihat dari konsumen, maka sangat penting untuk dijadikan menarik sebagai daya tarik untuk menumbuhkan minat beli konsumen. Berdasarkan penjelasan hasil pengamatan tim pengabdian belum tersedianya kemasan untuk produk dan lemahnya pengetahuan mitra dalam desain kemasan produk agar menarik.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode pendekatan sosial dan partisipatif. Pendekatan ini berfungsi untuk menumbuhkan kemandirian mitra dalam penyelesaian masalah yang dihadapi dengan mendapatkan bantuan dari Perguruan Tinggi. Tim Pengabdian kepada masyarakat meninjau dan berkomunikasi secara intensif dengan mitra dan memberikan motivasi kepada mitra untuk lebih tumbuh dan mengatasi masalah. Harapan dari kegiatan ini, mitra dapat mandiri dalam menjalankan usahanya saat menghadapi masalah, dengan demikian tim pengabdian kepada masyarakat memilih metode dalam bentuk pelatihan dan pendampingan dari aspek pemasaran

Pelatihan dan praktek kegiatan yang dilakukan membuat membuat kemasan produk sambal lingkung menjadi menarik yang menggambarkan khas daerah Jambi sebagai produk kuliner unggulan. Setelah dilakukannya pelatihan dan praktek maka tim melakukan monitoring, diskusi dan evaluasi terhadap pelaksanaan pelatihan dan kegiatan praktek yang sudah dilakukan. Pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan mitra adalah sebagai berikut: 1) Metode ceramah, dengan memberikan materi mengenai trik membuat desain yang menarik; 2) Metode tutorial, dengan membuat desain yang menarik untuk kemasan; 3) Metode diskusi, memberikan kesempatan tanya jawab mengenai hal-hal yang belum dipahami atau kendala-kendala yang dihadapi selama kegiatan ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan dalam bentuk pelatihan, praktek dan diskusi mengenai inovasi kemasan pada produk Kue Bengen yang merupakan produk khas lokal Kota Jambi. Kegiatan ini dihadiri anggota dari Kelompok Usaha Daniz yang diketuai oleh Rahmawati. Adapun kegiatan yang dilakukan pada pengabdian kepada masyarakat ini yaitu pelatihan dengan menjelaskan desain kemasan berupa merek dari produk agar menjadi lebih menarik serta informasi yang disampaikan pada merek sehingga produk lebih dapat dikenal.



Gambar 2. Pelatihan Desain Kemasan

Pelatihan ini memberikan penjelasan bahwa desain yang menarik akan menambah nilai dari suatu produk dan menumbuhkan minat beli. Merek terdapat informasi yang jelas, dimana terdapat identitas pada kelompok usaha, terdapatnya nomor telepon yang bisa dihubungi, terdapatnya media sosial pada produk dan terdapatnya informasi bahwa produk merupakan produk khas jambi. Penjelasan mengenai informasi yang terdapat pada merek sangat membantu mitra dalam melakukan kegiatan promosi.

Kegiatan dilanjutkan dengan praktek pembuatan kemasan yang menyatakan bahwa produk harus dikemas dengan baik, terlebih produk merupakan produk makanan. Hal penting bagi produk makanan yaitu produk terlihat higienis bersih dan rapih serta produk diberikan merek sebagai identitas dan penyampaikan informasi. Kegiatan praktek dengan tujuan agar kemasan terlihat rapi serta memberikan merek pada kemasan tersebut, kemasan dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3. Kemasan Produk Sambal Lingsung

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan dapat memberikan solusi pada permasalahan yang dihadapi mitra. Penjelasan mengenai desain kemasan dan praktek membuat kemasan dapat dipahami oleh mitra dengan baik. Mitra sangat antusias dalam pelaksanaan kegiatan ini, terlihat dari keaktifan mitra dalam berdiskusi dan kegiatan praktek. Kemasan yang baik memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa produk higienis, bersih dan rapih. Desain yang menarik memberikan kesan tersendiri bagi konsumen dan akan menumbuhkan minat beli.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan sesuai dengan rencana awal. Mitra memberikan respon yang positif pada kegiatan ini. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat memberikan solusi terhadap mitra berupa peningkatan pemahaman dan keterampilan pada tersedianya kemasan yang higienis, bersih dan rapih, tersedianya merek pada kemasan dengan desain yang menarik dan informasi yang lengkap

5. SARAN

Pengembangan produk khas daerah memiliki potensi yang besar. Keberlanjutan dari hasil kegiatan ini, perlu adanya pendampingan terhadap mitra agar dapat membuat izin usaha dan sertifikat halal pada produk, sehingga produk lebih meningkat secara kualitas. Peran aktif pemerintah sangat diperlukan dalam mengembangkan produk khas daerah

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat mendapat bantuan dana dari Universitas Jambi, sehingga dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih disampaikan kepada Universitas Jambi yang telah memberikan bantuan dana dan dukungan moral.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P dan Amstrong (2012), Prinsip – prinsip Pemasaran, Edisi VIII, Jilid II
- Lubis, T. A., Machpuddin, A., Firmansyah, F., Ekasari, N., & Siregar, A. P. (2022). Peningkatan Daya Saing Produk Selai Nanas Goreng Khas Jambi melalui Strategi Pengemasan dan Strategi Harga di Desa Tangkit Baru Kecamatan Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal Inovasi, Teknologi Dan Dharma Bagi Masyarakat*, 4(3), 56-59. <https://doi.org/10.22437/jitdm.v4i3.23007>
- Tjiptono, F (2002) Strategi Pemasaran Edisi I Yogyakarta Andi Offset