

Labeling dan Packaging Camilan PAY Mart untuk Kemandirian Ekonomi PAY Putri Aisyiyah Yogyakarta

PAY Mart Snack Labeling and Packaging for PAY Putri Aisyiyah Yogyakarta's Economic Independence

Lestari Rahayu*

Nur Rahmawati

Diah Rina Kamardiani

Department of Agribusiness,
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta, Yogyakarta, Special
Region of Yogyakarta, Indonesia

email: lestari@umy.ac.id

Kata Kunci

Camilan
Labeling
Packaging
PAY

Keywords:

Snack
Labeling
Packaging
PAY

Received: May 2022

Accepted: June 2022

Published: July 2022

Abstrak

Packaging dan labeling adalah salah satu titik penting dalam menjual suatu barang. Awal mulanya packaging mempunyai fungsi sebagai tempat untuk memudahkan membawa suatu produk. Namun, seiring dengan perjalanan waktu, packaging diperlukan untuk dapat mendorong minat beli pembeli. Dalam merencanakan packaging tidak hanya sekedar perencanaan awal, tetapi juga diperlukan adanya ide yang dapat menampilkan keunggulan sebuah produk sehingga menunjukkan desain yang mampu "menjual" dan tampilan packaging haruslah menarik minat konsumen. Selama ini kualitas kemasan produk camilan yang ada di PAY Mart masih standar dan kurang menarik. Pelaku usaha masih rendah pengetahuannya mengenai kemasan yang bagus dan aman; informasi apa saja yang harus ada pada sebuah kemasan; dan cara pengemasan serta bentuk kemasan yang menarik. Tujuan pengabdian ini memberikan pengetahuan dan keterampilan pembuatan kemasan produk, mulai dari merancang desain, membuat pola, hingga cara mengemas pada musrifah Panti Asuhan Yatim Putri Aisyiyah dan memberikan pelatihan pembuatan camilan yang halal dan tayibah. Metode yang digunakan, yaitu penyuluhan dan pelatihan pembuatan desain packaging dan camilan. Hasil pemahaman mengenai packaging dan labeling, yaitu 90% para musrifah paham dan 55% camilan yang ada di PAY Mart dikemas oleh musrifah PAY Aisyiyah Putri Yogyakarta.

Abstract

Packaging and labeling are important points in selling an item. Initially, the packaging functioned as a place to make it easier to carry a product. However, the packaging is needed over time to encourage buyers' buying interest. In planning the packaging, it is not only an initial plan but also an idea that can show the advantages of a product so that it shows a design that can "sell." The appearance of the packaging must attract consumer interest. So far, the quality of snack product packaging at PAY Mart is still standard and unattractive. Business actors still lack knowledge about good and safe packaging, what information should be on a package, and attractive packaging and packaging forms. This service aims to provide knowledge and skills in making product packaging, from designing designs and making patterns to how to package the musrifah at the Putri Aisyiyah Orphanage and providing training on making halal and tayibah snacks. The method used is counseling and training in making packaging and snack designs. The results of understanding about packaging and labeling, namely 90% of musrifahs understand and 55% of snacks at PAY Mart are packaged by PAY musrifah Aisyiyah Putri Yogyakarta.



PENDAHULUAN

Muhammadiyah memiliki beberapa organisasi otonom, salah satunya adalah Aisyiyah. Aisyiyah merupakan organisasi otonom bagi wanita Muhammadiyah yang didirikan di Yogyakarta pada 27 Rajab 1335 H bertepatan dengan 19 Mei 1917

oleh Nyai Ahmad Dahlan. Aisyiah telah memberikan corak tersendiri dalam ranah sosial, pendidikan, kesehatan dan keagamaan yang selama ini menjadi titik tolak gerakannya. Aisyiah telah mengasuh beberapa Panti Asuhan Yatim (PAY) sebagai corong kegiatan sosial. Salah satu Panti Asuhan Yatim yang dikelola oleh Aisyiah, yaitu Panti Asuhan Yatim Putri Serangan. Dilatarbelakangi visi misi PAY Aisyiyah, yaitu menginginkan adanya lembaga yang mempunyai kemandirian, senada dengan visi misi Muhammadiyah dan Aisyiyah, yakni kemandirian ekonomi yang direalisasikan dalam bentuk Minimarket PAY Mart (Nindiasari, 2021).

PAY Mart tidak takut kalah saing dengan minimarket yang sudah menjamur di Yogyakarta, "Kita sudah diajarkan *Fastabiqul Khoirot*, berlomba-lomba dalam kebaikan oleh Allah. Perdagangan adalah salah satu pintu rezeki yang paling banyak sehingga tak perlu takut adanya persaingan karena yang paling unggul dan berkompeterlah yang akan menang." Untuk mengatasi hal ini maka PAY Mart melakukan survei barang-barang yang dirasa laku di daerah tersebut dan PAY Mart kedepannya tidak hanya diisi dengan kebutuhan masyarakat saja, tetapi juga kebutuhan anak-anak PAY, orang-orang Aisyiyah, Muhammadiyah, dan menyuplai barang-barang dari usaha musyrifah PAY, terutama produk pangan. Kesuksesan suatu produk pangan di pasar terjadi jika pengusaha memahami ketertarikan pembeli terhadap *labeling* pada produk pangan. Atribut *labeling* juga memberikan pengaruh yang penting pada kepuasan konsumen. Beberapa penelitian pada beberapa produk menunjukkan bahwa *packaging* dan *labeling* memberikan dampak yang besar pada keputusan konsumen untuk membeli suatu produk (Kuvykaite *et al.*, 2009). *Packaging*, *labeling* dan *branding* merupakan karakter yang langsung menjadi satu dengan produk sehingga tampilan produk merupakan salah satu perspektif utama yang harus diperhatikan dan dipertimbangkan oleh pelaku industri rumah tangga karena lima detik pandangan pertama menentukan pemilihan pelanggan untuk membeli (Irrubai, 2016).

Packaging yang baik hendaknya dapat menjadi media komunikasi atau promosi yang mendongkrak penjualan, karena *packaging* pada saat ini mengalami pergeseran fungsi yang awalnya hanya melindungi sebuah produk, kini berfungsi sebagai identifikasi sebuah merek dagang (Ahmed *et al.*, 2014). Perkembangan *packaging* akhirnya menjadikan bagian ujung tombak dari promosi suatu produk yang akhirnya berfungsi meningkatkan nilai jual produk. Selama ini, kualitas kemasan produk masih standar dan kurang menarik. Pengetahuan pengusaha mengenai kemasan masih kurang, antara lain, kemasan yang bagus dan aman, keterangan apa saja yang harus ada dalam sebuah kemasan, serta teknik *packaging*, dan desain *packaging* yang menarik (Tjiptono, 2008) menyatakan bahwa pemberian kemasan pada produk memiliki beberapa tujuan, yaitu (a) pelindung isi (*protection*); (b) memberikan kemudahan dalam penggunaan (*operation*); (c) bermanfaat dalam pemakaian ulang (*reusable*); (d) memberi daya tarik (*promotion*) berupa aspek artistik, warna, bentuk, dan desain; (e) sebagai salah satu identitas produk (*image*); (f) memudahkan proses distribusi (*shipping*); dan (g) dapat memberikan informasi (*labeling*) yang menyangkut isi, pemakaian, kualitas, dan sebagai cermin dalam inovasi produk yang berkaitan dengan kemajuan teknologi dan daur ulang.

Label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 tahun 1996, label merupakan identitas dari suatu produk. Dengan adanya label, konsumen akan mampu membedakan antara produk satu dengan produk lainnya. *Labeling* adalah upaya memberi label berupa informasi singkat mengenai produk tersebut. Informasi wajib ada dalam kemasan pangan. Kepemilikan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) adalah jaminan resmi dari pemerintah yang menyatakan bahwa pangan yang dihasilkan baik dan aman untuk dikonsumsi. PIRT diberikan melalui suatu badan administratif, tepatnya Dinas Kesehatan di suatu daerah. Realitasnya banyak pengusaha bisnis makanan tidak memiliki izin PIRT karena berbagai faktor, termasuk (1) tidak adanya informasi tentang jaminan keamanan pangan legalitas usaha, (2) anggapan mahal biaya dalam pengajuan PIRT, (3) anggapan sulitnya mendapatkannya, (4) tidak tahu sama sekali cara mendapatkan izin PIRT untuk mendapatkan legalitas dan jaminan keamanan produk untuk dikonsumsi (Humaini, 2020). Dalam upaya mendukung kemandirian, PAY Aisyiyah Putri mengembangkan berbagai usaha Mandiri Panti, yaitu persewaan gedung serba guna, Balai Latihan Keterampilan (BLK), Mini Market PAY (PAY Mart) yang terletak di Jl. H. Agus Salim yang menjual berbagai barang kebutuhan sehari, sembako, berbagai makanan, minuman, dan camilan.

Camilan berbagai macam didatangkan dari luar PAY Mart dan camilan dikemas kurang menarik, bahkan ada yang hanya dikemas dengan plastik tidak standar dan menggunakan *stapler*. Beberapa camilan dari luar tidak ada PIRT, sedangkan untuk label halal MUI, semua camilan dari industri rumah tangga belum ada label halal MUI. Berdasarkan permasalahan ini maka dilakukan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat yang meliputi penyuluhan PIRT, workshop pengemasan, dan *labeling*, serta pelatihan pembuatan camilan yang *halal* dan *tayib*. Diharapkan dengan kegiatan ini, produk pangan (camilan) yang dijual, terjamin mutunya, keamanan pangannya, dan bisa meningkatkan penjualan sehingga menjadikan PAY Mart lebih unggul dibanding minimarket lain.

METODE

Tempat kegiatan pengabdian masyarakat di BLK PAY Aisyiyah, di Jl. H. Agus Salim Yogyakarta. Khalayak sasaran dari Program Kemitraan Masyarakat adalah pengurus PAY Aisyiyah Putri dan pengelola PAY Mart beserta musyrifah PAY Aisyiyah dengan jumlah sekitar 35 peserta. Untuk mencapai luaran yang ditargetkan sesuai permasalahan yang dihadapi, akan digunakan beberapa metode yang meliputi sosialisasi, penyuluhan mengenai PIRT, pengemasan, *labeling*, dan *workshop wonderful packaging* dilakukan secara daring. Pelatihan pembuatan camilan *cheese stick*, *popcorn*, dan makaroni goreng, pendampingan, dan evaluasi pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat.



Gambar 1. Proses Kegiatan Pengabdian Masyarakat di PAY Aisyiyah Putri

Metode yang digunakan untuk kegiatan ini merupakan gabungan dari tiga komponen metode pelaksanaan (penyuluhan, pelatihan, serta monitoring dan evaluasi). Penyuluhan tentang PIRT, terkait manfaat PIRT dan prosedur pengajuannya dilakukan oleh Dinas Kesehatan. Dalam proses pelatihan *packaging* dan *labeling* dikenalkan alat dan bahan yang akan digunakan untuk mengemas produk pangan berdasarkan jenis dan kekuatannya. Alat yang dikenalkan, antara lain, contoh kemasan berbahan foil aluminium, plastik *stand pouch zipper lock*, *hand sealer*, dan timbangan digital. Sedangkan untuk pelatihan camilan *cheese stick*, *popcorn* dan makaroni goreng tim bersama musyrifah langsung mempraktikkan membuat camilan *cheese stick*, *popcorn*, dan makaroni goreng.



Gambar 2. Serah Terima Hibah Barang untuk *Packaging* dan *Labeling* Camilan PAY Mart

Pada kegiatan pelatihan ini terjadi transfer teknologi baru mengenai alat *packing* yang sekaligus berguna untuk membuat kemasan dan pengetahuan tentang macam plastik kemasan yang ada di pasaran untuk mengemas jenis produk tertentu berdasarkan kekuatan dan estetika serta alat pembuat *cheese stick* maupun *popcorn*. Gambar 2 menunjukkan pihak tim pengabdian yang diwakili oleh Ketua Tim Pengabdian kepada Masyarakat secara simbolis menyerahkan alat produksi kepada mitra yang diterima Ibu Widiastuti, S.Ag., Ketua BPH PAY Aisyiyah Putri didampingi Ibu Dra. Jamilah Busyairoh, Pimpinan PAY Mart. Kegiatan masyarakat dibantu 4 mahasiswa dari Prodi Agribisnis yang bertanggung jawab terhadap dokumentasi dan pendampingan peserta sekaligus dijadikan kegiatan magang skema pandemik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sosialisasi kegiatan pengabdian dan penyuluhan pengurusan PIRT

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 27 Maret 2021, jam 09.00 bertempat di BLK PAY yang lokasinya bersebelahan dengan PAY Mart. Peserta penyuluhan merupakan perwakilan musyriyah PAY Aisyiyah Putri dan pengurus PAY Mart. Penyuluhan PIRT dilakukan oleh Bapak Eko dari Dinas Kesehatan dan dihadiri oleh Ketua BPH PAY Aisyiyah, Ibu Widyastuti, S.Ag. Dalam sambutannya, Ibu Widiastuti mengatakan bahwa PAY mempunyai beberapa divisi, salah satunya divisi usaha PAY Mart dibawah kepemimpinan Ibu Dra. Djamilah Busyairoh yang merupakan tempat pelatihan para musrifah. Sementara itu, Dinas Kesehatan memberikan cara pengurusan PIRT melalui JSS *Jogja Smart Service* Dilan E-IRTP. Pengurusan sertifikasi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) di Kota Yogyakarta kini lebih mudah. Menyusul adanya layanan Digitalisasi Layanan Industri Rumah Tangga Pangan (Dilan). Para pelaku industri pangan rumah tangga tidak harus datang ke Kantor Dinas Kesehatan (Dinkes) Kota Yogyakarta. Cukup mengakses layanan dilan pada aplikasi *Jogja Smart Service* (JSS) milik Pemkot Yogyakarta pada ponsel berbasis *android*. Dilan merupakan upaya untuk memberikan pelayanan yang cepat, mudah diakses dan transparan pada pelaku usaha industri rumah tangga pangan warga Kota Yogyakarta.



Gambar 3. Prosedur Pendaftaran PIRT Melalui Digitalisasi Layanan Industri Rumah Tangga Pangan (Dilan)

Perizinan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) produk pangan sangat diperlukan untuk sebuah bisnis rumahan. Jaminan usaha pangan yang dijual memenuhi standar produk pangan yang berlaku jika ada izin PIRT. Industri produk pangan olahan tingkat resiko rendah bisa mendapatkan izin PIRT yang berlaku selama 5 tahun dan dapat diperpanjang untuk produk pangan dengan daya tahan di atas 7 hari. Sementara itu, untuk produk pangan yang memiliki daya tahan di bawah 7 hari termasuk golongan layak produk pangan, izin PIRT berlaku 3 tahun juga bisa diperpanjang. Untuk mendapatkan izin PIRT membutuhkan waktu 1 minggu hingga 3 bulan.

Produk pangan yang mempunyai kode PIRT akan lebih mudah dipasarkan dan lebih disukai konsumen sehingga penjualan produk rumahan akan meningkat. Adanya izin PIRT dapat menghindari sanksi administrasi atas kasus-kasus, seperti melanggar peraturan di bidang pangan, nama pemilik tidak sesuai sertifikat, atau produk tidak aman dan tidak layak konsumsi. Pengurusan perizinan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) memerlukan beberapa persyaratan seperti berikut (Rahayu & Rahmawati, 2020):

- a. fotokopi KTP pemilik usaha,
- b. pas foto pemilik usaha ukuran 3×4, 3 lembar,
- c. surat keterangan tempat usaha dari kantor camat,
- d. denah bangunan dan lokasi,
- e. surat keterangan sehat dari puskesmas atau dokter,
- f. surat permohonan izin produksi pangan ke Dinas Kesehatan,
- g. data produk pangan yang diproduksi,
- h. sampel hasil produk yang diproduksi,
- i. label yang akan dipakai pada produk makanan yang diproduksi,
- j. hasil uji laboratorium yang disarankan Dinas Kesehatan, dan
- k. mengikuti penyuluhan keamanan pangan untuk mendapatkan SPP-IRT.

Gambar berikut adalah beberapa dokumentasi kegiatan sosialisasi dan penyuluhan PIRT.



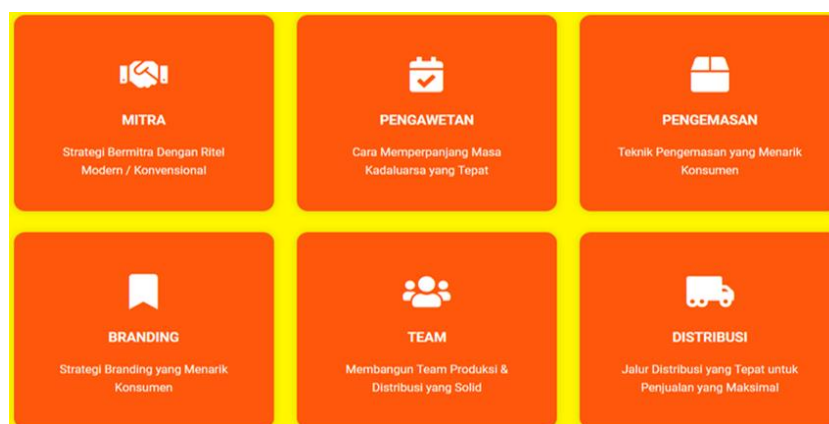
Gambar 4. Ibu Widiastuti, S.Ag. Memberi Sambutan dalam Kegiatan Sosialisasi Pengabdian Masyarakat dan Ir. Lestari Rahayu M.P., Ketua Tim Pengabdian Memberikan Sosialisai Pengabdian Masyarakat



Gambar 5. Bapak Eko, M.P.H. dari Dinas Kesehatan Memberikan Penyuluhan Mengenai Prosedur Pengurusan PIRT Daring Dilan E-IPRT dan Foto Bersama Peserta Workshop Pengurusan PIRT

2. Kegiatan *workshop wonderful packaging*

E-course wonderful packaging class merupakan *workshop* secara daring dikarenakan adanya covid-19 dengan mentor Filsa Budi Ambia. *Workshop wonderful packaging* adalah *workshop* bisnis snack atau camilan. Bisnis snack (makanan kemasan) adalah bisnis yang sangat potensial saat ini. Bagaimana tidak, bisnis snack bisa dimulai dengan modal yang sangat minim karena bisnis ini bisa dimulai dari rumah, dengan peralatan yang ada di rumah tanpa perlu menyewa tempat seperti ruko atau kios di pinggir jalan yang harga sewanya saja puluhan bahkan ratusan juta. Meskipun bisnis makanan kemasan ini bisa dimulai dengan modal terbatas, tetapi potensi penjualannya sangatlah luas. Produk bisa tersebar di seluruh penjuru Indonesia. Masalahnya adalah bisnis makanan kemasan tidaklah mudah, ada beberapa hal yang harus diperhatikan, yaitu (a) strategi bermitra (bermitra dengan ritel modern atau konvensional); (b) pengawetan (cara memperpanjang masa kadaluarsa yang tepat); (c) pengemasan (teknik pengemasan yang menarik konsumen); (d) *branding* (strategi *branding* yang menarik konsumen); (e) tim (membangun tim produksi dan distribusi yang solid); dan (f) distribusi (jalur distribusi yang tepat untuk penjualan yang maksimal).



Gambar 6. Hal-Hal yang Harus Diperhatikan agar Usaha Camilan Kemasan Sukses

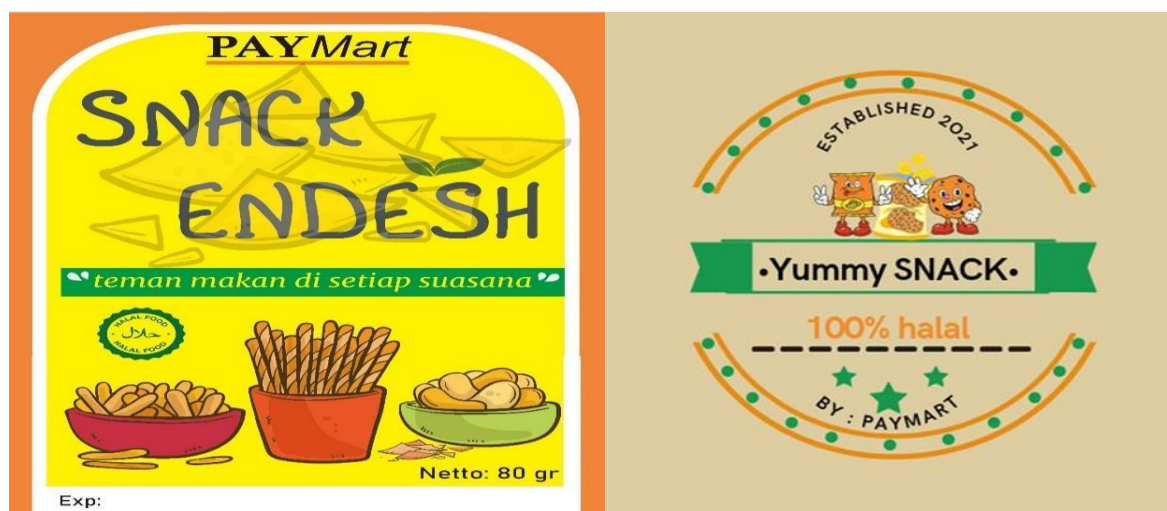
3. Labeling

Label pangan adalah setiap keterangan atau informasi yang terdiri dari tulisan, gambar, atau kombinasi keduanya mengenai pangan atau bentuk lain yang disertakan pada pangan yang ditempelkan pada bagian kemasan pangan. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 tahun 1996, label adalah identitas dari suatu produk. Label dapat membuat konsumen mampu membedakan antara produk satu dengan produk lainnya. *Labeling* adalah upaya memberi label berupa informasi singkat mengenai produk tersebut. Informasi wajib ada dalam kemasan pangan (Arimas & Suharta, 2014).



Gambar 7. Informasi Wajib dalam Kemasan Pangan

Pencantuman label di kemasan oleh pelaku usaha harus dilakukan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Dalam PBPOM Label Pangan juga mengatur keterangan label pangan yang harus dicantumkan. Menurut PBPOM Label Pangan, paling sedikit label memuat keterangan: (1) nama produk, (2) daftar bahan yang digunakan, (3) berat bersih atau isi bersih, (4) nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor, (5) halal bagi yang dipersyaratkan, (6) tanggal dan kode produksi, (7) keterangan kadaluarsa, (8) nomor izin edar jika pangan olahan diproduksi oleh PIRT maka pada label harus dicantumkan tulisan "PIRT", dan (h) asal-usul bahan pangan tertentu. Label bisa untuk meningkatkan konsumen untuk membeli suatu produk. Label dalam produk wajib ada untuk menghindari kesalahan dalam pembelian, mengingat banyak sekali produk yang sama yang dijual. *Labeling* produk makanan sangat bervariasi mulai dari yang sederhana sampai pada yang rumit. Label hanya bisa berupa kertas label yang di-*print*/cetak kemudian ditempelkan dalam plastik kemasan atau label yang disablon di plastik atau kertas yang akan dijadikan kemasan. Berikut ini label yang digunakan PAY Mart dari hasil lomba.



Gambar 8. Logo Hasil Karya Musyriyah PAY Aisyah Putri untuk *Labeling* Kemasan

4. Packaging atau kemasan

Packaging menjadi salah satu faktor utama dalam suatu produk. Pengemasan adalah aktivitas perancangan dan memproduksi bungkus sebagai sebuah produk. Pentingnya pengemasan untuk pengawetan dan menjaga mutu suatu produk pangan (Barich & Kotler, 1991) Kerusakan makanan, pencemaran (debu), serta gangguan fisik bisa dicegah dengan adanya pembungkus. Selain itu, pengemasan berfungsi untuk menempatkan suatu hasil pengolahan atau produk industri agar mempunyai bentuk-bentuk yang memudahkan dalam penyimpanan, pengangkutan, dan distribusi. Desain kemasan suatu barang sangat berperan dalam memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli atau membatalkan pembelian suatu barang tertentu, sehingga produsen harus lebih memperhatikan dan kreatif untuk membuat desain kemasan yang memikat dan terbaik untuk para konsumen (Apriyanti, 2018). Pengemasan yang baik dapat berperan sebagai promosi untuk memikat konsumen. Oleh sebab itu, perencanaan warna, dimensi, wujud, dan kekuatan dari kemasan butuh dicermati. Proses pengemasan serta kemasan yang bermacam-macam telah terdapat di industri modern. Pertumbuhan pengemasan sangat cepat bersamaan dengan perkembangan industri-industri yang menggunakan serta memakainya (Gutana *et al.*, 2019).

Kemasan berfungsi untuk mewadahi serta melindungi produk dari kerusakan-kerusakan. Hal ini sesuai dengan guna kemasan yaitu (1) guna protektif dan (2) guna promotional. Guna protektif bertujuan untuk menghindari kemungkinan kerusakan produk karena iklim, prasarana transportasi, distribusi, dan lainnya. Jadi, konsumen tidak perlu menanggung resiko barang rusak. Fungsi kedua, yaitu promotional. Kemasan yang bagus secara ukuran, warna, dan penampilan akan memiliki daya tarik tersendiri bagi pembeli untuk membeli produk tersebut. Tidak hanya fungsi protektif dan promosi, fungsi kemasan: (1) mempermudah distribusi produk sehingga tidak tercecer; (2) sebagai

identitas produk, yaitu digunakan untuk perbandingan produk satu dengan yang lain; dan 3) meningkatkan ketertarikan konsumen.

Kemasan yang digunakan PAY Mart untuk camilan adalah kemasan *standing pouch zipper lock* sangat praktis dari segi penggunaan. Biasanya kemasan ini disertai dengan penutup yang bisa dibuka dan ditutup dengan mudah dan cepat atau disebut *zipper*. Adanya *zipper* ini memudahkan saat ingin mengambil produk dalam kemasan dan menyimpannya kembali tanpa merusak produk tersebut. Kemasan *standing pouch* merupakan salah satu jenis kemasan yang dapat berdiri vertikal. Kemasan ini memiliki sistem klip (*zipper lock*) dengan *double sealer* yang lebar. Kemasan *standing pouch* ini akan membuat produk Camilan PAY Mart menjadi lebih bagus untuk dilihat dan lebih indah (Kusnandar *et al.*, 2020)

Fungsi plastik klip *zipper*:

- a. Kemasan plastik dengan klip *zipper* bisa menutup kembali produk yang masih tersisa membuat produk tetap awet dan konsumen menjadi fleksibel menggunakan produk sesuai keperluan.
- b. Bentuk, rasa, dan aromanya tidak berubah dan akan tetap sama seperti saat awal dikemas karena kemasan terbuat dari bahan nilon, plastik, foil aluminium, dan kertas sehingga dapat menjaga isi produk dari pengaruh keadaan di luar kemasan.
- c. Ketahanan produk terjaga untuk jangka waktu yang panjang.
- d. Bahan plastik klip *zipper* dibuat dari nilon plastik dan aluminium sehingga tidak mudah kena air yang terbuat dari plastik, nilon, dan aluminium, dapat melindungi isi produk dari air.
- e. Tidak mudah rusak kena sinar matahari karena bahan kemasan dari kertas dan foil aluminium.
- f. Serangga tidak mudah masuk karena bahan kemasan dari kertas dan foil aluminium.
- g. Seluruh plastik klip *zipper* yang terbuat dari bahan tersebut juga dapat melindungi isi produk dari serangga.
- h. Kemasan klip *zipper* dibuat kedap udara sehingga produk dapat terjamin keamanannya.
- i. Produk tetap higienis.
- j. Bakteri tidak mudah masuk karena kemasan plastik klip *zipper* tertutup rapat
- k. Kualitas produk terjaga kesegarannya.



Gambar 9. Proses Packaging Camilan PAY Mart

Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengukur dan melihat apakah kegiatan yang telah dilakukan telah sesuai dengan perencanaan dan target luaran. Monitoring dan evaluasi dilakukan dengan cara wawancara dan pengamatan langsung. Dari hasil pengamatan, sudah ada perubahan pengemasan dan label kemasan camilan yang dijual PAY Mart. Sebelumnya, pengemasan hanya menggunakan plastik biasa ada beberapa yang di staples tidak di-sealer sehingga camilan mudah melempem. Setelah pengabdian pengemasan menggunakan kemasan *standing pouch zipper lock* dengan *double sealer* yang lebar sehingga membuat produk Camilan PAY Mart menjadi lebih elegan dan menarik untuk dilihat. Dari Camilan yang ada di PAY Mart baru 55% yang dikemas dengan *standing pouch zipper lock*, yaitu camilan yang disukai konsumen. Namun, ada tambahan camilan baru yang dibuat sendiri yaitu *popcorn* dan *cheese stick*.



Gambar 10. Menggunakan Plastik Biasa



Gambar 11. Menggunakan Standing Pouch Zipper Lock

Tabel I. Camilan yang ada PAY Mart

| Nama Camilan | Dikemas dari Luar PAY | Dikemas dan di-labelling PAY | Keterangan |
|----------------------|-----------------------|------------------------------|----------------|
| Lanthing | ✓ | | |
| Keripik Singkong | ✓ | ✓ | |
| Mi Lidi | ✓ | | |
| Ring Pedas | ✓ | | |
| Makaroni | ✓ | ✓ | Diproduksi PAY |
| Basreng | ✓ | ✓ | |
| Pang pang | ✓ | | |
| Kuping Gajah | ✓ | | |
| Stick Gabus | ✓ | ✓ | |
| Kerupuk Seblak Pedas | ✓ | | |
| Kacang | ✓ | ✓ | |
| Keripik Jamur | | ✓ | Diproduksi PAY |
| Popcorn | | ✓ | Diproduksi PAY |
| Cheese Stick | | ✓ | Diproduksi PAY |

KESIMPULAN

Packaging dan labeling sangat penting untuk dilakukan dalam rangka memasarkan produk. Pengemasan selain berfungsi sebagai alat melindungi produk juga meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli suatu produk tertentu. Sajian makanan ringan atau camilan yang ada di PAY Mart 55% sudah dikemas dalam kemasan *standing pouch zipper lock* yang

elegan dan menarik dengan harapan akan meningkatkan penjualan. Selain hal terpenting dari kegiatan pengemasan ini adalah *labeling*. *Labeling* berfungsi sebagai identitas suatu produk agar konsumen dapat memilih produk secara benar dan tepat. Salah satu isi *labeling* yang adalah nomor izin edar yaitu PIRT sehingga pemahaman manfaat PIRT dan cara pengajuan PIRT sangat penting bagi pelaku usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis sampaikan ke Lembaga Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memfasilitasi dana untuk pelaksanaan pengabdian masyarakat berdasarkan surat keputusan Kepala LP3M Nomor: 551/PEN-LP3M/II/2021. Ucapan terima kasih juga kepada Ibu Widiastuti, S.Ag., Ketua BPHPAY Aisyiyah Putri Yogyakarta, Ibu Dra. Djamilah Busyairoh, Pimpinan PAY Mart, Ibu Hj. Indah Kusniaty, Pimpinan PAY Aisyiyah Putri dan seluruh pengurus beserta musrifah PAY Aisyiyah Putri Yogyakarta yang telah aktif dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat.

REFERENSI

- Ahmed, R.R., Parmar, V., Amin, M.A. 2014. Impact of product packaging on consumer's buying behavior. *European Journal of Scientific Research*. **120**(2):145-157.
- Apriyanti, M.E. 2018. Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio E-Kons*. **10**(1):20-27. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>
- Arimas, G.A.S.A., Suharta, I.N. 2014. Perlindungan Konsumen Dalam Pelabelan Produk Pangan. *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum*. **2**(2):1-7.
- Barich, H., Kotler, P. 1991. A framework for marketing image management. *Sloan Management Review*. **32**(2):94-104.
- Gutana, F., Yuwono, E.C., Yusuf, V. 2019. Perancangan Redesain Kemasan Muesli Instan Kukkkikit. *Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra*. **1**(14):1-9.
- Humaini, A. 2020. Pemahaman Pentingnya Legalisasi Pengemasan Gula Kelapa Sebagai Hasil Produk Olahan Pertanian. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*. **3**(8):1415-1420. <https://doi.org/10.18196/ppm.38.336>
- Irrubai, M.L. 2016. Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga. *Sosio-Didaktika: Social Science Education Journal*. **3**(1):15-30. <https://doi.org/10.15408/sd.v3i1.3794>
- Kusnandar, K., Harisudin, M., Setyowati, N., Adi, R. K., Qonita, R. R. A., Khomah, I. 2020. Inovasi Bisnis: Upaya Adaptasi UKM Werkudoro di Era Adaptasi Kebiasaan Baru. *AgriHealth: Journal of Agri-Food, Nutrition and Public Health*. **1**(2):81-88. <https://doi.org/10.20961/agrihealth.v1i2.44034>
- Kuvykaite, R., Dovaliene, A., Navickiene, L. 2009. Impact of package elements on consumer's purchase decision. *Economics and Management*. **14**:441-447.
- Nindiasari, A.D. 2021. Pelatihan Kewirausahaan Bagi Kader Naswiatul Aisyiyah Untuk Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Perempuan Di Masa Pandemi Covid-19. *MONSU'ANI TANO Jurnal Pengabdian Masyarakat*. **4**(2):103-116. <https://doi.org/10.32529/tano.v4i2.1025>
- Rahayu, L., Rahmawati, N. 2020. Branding dan Packaging Tehmu untuk Kemandirian Ekonomi Aisyiyah Ngawen Klaten. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*. **3**(8):1433-1441. <https://doi.org/10.18196/ppm.38.237>
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.