



JDISTIRA

Vol. 3 No. 1 Tahun. 2023

Pendampingan Umkm Belopar Rempeyek Dalam Produksi Keripik Rempeyek Kacang Melalui Strategi *Repackaging*

Hasriliandi Halim¹, Adam Rahman Suradi², Fatmawati Ramli³, Andi Irga Satrawati Taslim⁴, Agustan⁵

^{1,2,3,4,5}Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Bone

e-mail:

¹hasriliandi.halim@gmail.com, ²adamrahman005@gmail.com, ³ramlifatma35@gmail.com,
⁴andirgataslim@gmail.com, ⁵itsagus13@gmail.com

Article History

Received: 21 Juni 2023

Revised: 25 Juni 2023

Accepted: 30 Juni 2023

Kata Kunci – Pendampingan, Pengemasan Ulang, UMKM.

Abstract – Since the government issued a large-scale social restriction policy, various types of new MSMEs have appeared which have finally answered this new challenge in producing various foods and chips at home. The MSME population is growing rapidly because of this policy. MSMEs are an alternative economic solution for the community in reviving the family economy which was halted due to the COVID-19 pandemic. However, of the many MSMEs, only a few were able to survive and survive with existing competitors in the market, the rest even stayed in place, and some of them even went out of business. This condition occurs due to the owner's lack of knowledge in managing the business and the owner's inability to keep up with the growing flow of technology. The presence of this community service was carried out for one of the owners and perpetrators of UMKM in the village of Bonto Lebang through the assistance of UMKM Belopar Rempeyek through a repackaging strategy. This PKM lasts for 2 months starting from April 28 2023 – June 28 2023. The method used is the mentoring method for Belopar peanut brittle MSMEs which have been running for a long time but are difficult to experience significant development like other competitors. The results of the repackaging strategy carried out are expected to be able to make the appearance of the products being marketed more attractive and elegant. A more attractive appearance is certainly expected to make consumers more interested and buy the product.

Abstrak – Sejak pemerintah mengeluarkan kebijakan pembatasan sosial berskala besar, muncul berbagai jenis UMKM Baru yang akhirnya menjawab tantangan baru tersebut dalam memproduksi aneka makanan dan keripik di Rumah saja. Populasi UMKM berkembang pesat karena kebijakan tersebut. UMKM menjadi solusi ekonomi alternatif masyarakat dalam menggerakkan kembali perekonomian keluarga yang sempat terhenti karena pandemi COVID-19. Namun, dari banyaknya UMKM tersebut, hanya sedikit yang mampu bertahan dan

melakukan survive dengan pesaing yang ada di pasar, selebihnya bahkan jalan di tempat, bahkan beberapa diantaranya gulung tikar. Kondisi tersebut terjadi karena kurangnya wawasan pemilik dalam mengelola usaha dan ketidakmampuan pemilik untuk mengikuti arus teknologi yang semakin berkembang. Hadirnya pengabdian kepada masyarakat ini yang dilakukan kepada salah seorang pemilik sekaligus pelaku UMKM di desa Bonto Lebang melalui pendampingan UMKM Belopar Rempeyek melalui strategi repackaging. PKM ini berlangsung selama 2 bulan dimulai dari tanggal 28 April 2023 – 28 Juni 2023. Metode yang digunakan adalah metode pendampingan kepada UMKM Belopar rempeyek yang telah cukup lama berjalan namun sulit mengalami perkembangan yang signifikan seperti para pesaing lainnya. Hasil dari strategi repackaging yang dilakukan, diharapkan mampu membuat tampilan produk yang dipasarkan menjadi lebih menarik dan elegan. Tampilan yang lebih menarik tentunya diharapkan akan membuat konsumen lebih tertarik dan membeli produk tersebut.

Pandemi Covid 19 berdampak pada jumlah pendapatan UMKM yaitu sebanyak 53,76% UMKM mengalami penurunan pendapatan jika dibandingkan sebelum pandemi Covid19. Pandemi Covid-19 mengubah secara drastis cara dunia bekerja, termasuk dalam melakukan adaptasi secara massif untuk mempertahankan kualitas hidup dan kehidupan. Keterbatasan ruang gerak yang sengaja diciptakan menjadi hambatan sekaligus sumber keterpurukan. Namun disisi lain, pembatasan mobilitas membuka peluang tidak terbatas bagi individu dan pelaku usaha untuk menangkap peluang dan mengubahnya menjadi tantangan yang menghasilkan uang. Masa pandemi Covid-19 tidak dapat dipungkiri telah menghancurkan tatanan ekonomi dunia, tidak terkecuali Indonesia, yang saat initeengah mengalami krisis ekonomi nasional yang dahsyat dan berkepanjangan. Kelumpuhan ekonomi ini hampir terjadi di semua sektor kehidupan masyarakat baik di sektor industri, pertanian, perdagangan, pariwisata, dan sektor-sektor lainnya.

Menurut Putri, Septyanani, & Santoso, bahwa dengan adanya peraturan pemerintah yang mengharuskan masyarakat untuk melakukan pembatasan sosial (*social distancing*) membuat masyarakat secara umum akan sangat kesulitan dalam menjalankan seluruh aktivitas perekonomian mereka. Selain itu kurniasih juga menambahkan bahwa pembatasan sosial yang diberlakukan oleh pemerintah menyebabkan seluruh masyarakat terkena dampak, terutama masyarakat golongan pendapatan menengah ke bawah dan buruh harian, bahkan kelompok masyarakat yang sebelumnya tidak termasuk kategori miskin pun akhirnya menjadi miskin karena terkena dampak pembatasan berskala besar ini.

Walhasil, munculnya pandemi Covid-19 ini menyebabkan banyak masyarakat menjalankan gaya hidup baru yakni *stay at home* dalam menjalankan berbagai aktifitas sosial mereka. Sehingga istilah *work from home* menjadi sebuah keharusan dan kelaziman dalam menghadapi masa awal pandemi Covid-19 ini. Akan tetapi, dampak selanjutnya dari kebijakan pembatasan sosial berskala besar ini adalah munculnya banyak aktivitas bisnis yang dijalankan dari rumah (*stay at home business*). Selanjutnya aktivitas bisnis atau wirausaha baru tersebut yang semakin lama semakin meningkat menjadikan pergerakan ekonomi yang berasal dari rumah semakin besar, berkembang dan akhirnya semakin menguat (*stay at home economy*). Kondisi ini sangat sesuai untuk memasuki era baru, yaitu era *New Normal* dimana terjadi tuntutan untuk menyeimbangkan kondisi sosial untuk bisa hidup berdampingan dengan Covid-19. Wirausaha sendiri adalah sebuah kata yang tidak asing bagi kita. Wirausaha adalah kegiatan usaha atau bisnis mandiri dimana seseorang membuat produk baru, menentukan cara produksi, sampai bagaimana dia memasarkan produknya. Kegiatan tersebut bertujuan untuk merubah bahan baku untuk menghasilkan sesuatu barang yang memiliki nilai ekonomis tinggi setelah diolah. Pemilik usaha harus memiliki tingkat kreatifitas dan produktifitas tinggi agar produk yang dihasilkan dapat menarik para konsumen.

Di masa pandemi Covid-19 ini, banyak masyarakat mulai melirik wirausaha sebagai solusi alternatif dalam memenuhi kehidupan perekonomian mereka, sehingga minat dalam melakukan aktivitas tersebut semakin banyak dan berkembang. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya usaha rumahan yang baru muncul yang disebut sebagai UMKM. Di masa ini, banyak UMKM tumbuh dan bermunculan untuk menjujukkan produk mereka kepada para konsumen. Namun sampai dengan hari ini hanya beberapa diantara UMKM tersebut yang mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin kompleks. Beberapa diantara mereka terpaksa menutup usaha dan akhirnya gulung tikar padahal kontribusi UMKM sangatlah baik terhadap perekonomian nasional. Salah satu hal yang penting dan menjadi catatan dalam kegiatan UMKM tersebut adalah karena kurangnya pengetahuan dari pemilik usaha dalam kondisi pasar dan produk yang dibutuhkan konsumen. Selain itu faktor lain yang sangat mempengaruhi adalah karena faktor kualitas sumber daya manusia yang rendah. Kondisi tersebut semakin bertambah karena adanya ketidakmampuan para pelaku UMKM dalam mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin berkembang pesat. Seperti kurangnya wawasan tentang bagaimana cara mengemas produk dengan baik. Padahal pengemasan adalah satu hal yang mampu membuat daya tarik konsumen membeli semakin tinggi.

Beberapa pelaku UMKM saat ini tidak memperhatikan kemasan. Padahal ada banyak cara yang bisa kita lakukan sebagai pengusaha dalam memasarkan produk agar semakin dikenal luas. Salah satunya dengan memanfaatkan kemasan produk. Meskipun terlihat sederhana, tetapi peran dan fungsi kemasan suatu produk ternyata sangat penting bagi setiap usaha. Hal ini dikarenakan kemasan produk menjadi hal pertama yang pertama kali dilihat oleh pelanggan atau konsumen. Maka dari itu, sudah seharusnya bagi pemilik usaha untuk memperhatikan kemasan produk.

Pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberikan informasi sekaligus mengedukasi salah satu pelaku UMKM yang ada di kelurahan Bonto Lebang melalui pendampingan langsung tentang bagaimana menjadikan produknya layak jual dengan melakukan strategi *Repacking* (Pengemasan ulang). Beberapa alasan mengapa UMKM tersebut dipilih menjadi tempat pengabdian adalah karena produk UMKM tersebut masih menggunakan kemasan yang sangat sederhana. *Repackaging* adalah salah satu cara yang tepat dalam membangun reputasi dan brand produk untuk menarik minat calon pembeli sehingga konsumen terdorong untuk membeli produk tersebut. *Repackaging* adalah sebuah proses pengemasan ulang produk dari kemasan sebelumnya yang dinilai kurang menarik ke kemasan baru yang dianggap lebih menarik.

1. METODE PENGABDIAN

Metode yang digunakan pada pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini adalah dengan pendampingan. Pendampingan tersebut dilakukan kepada pelaku UMKM Belopar rempeyek yakni ibu Nurhayati, yang bergerak dalam memproduksi rempeyek kacang. Adapun tahapan pendampingan yang dilakukan oleh tim PKM ini adalah sebagai berikut:

1. Waktu dan Lokasi

Pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dilaksanakan selama 6 minggu terhitung dari 28 April sampai dengan 28 Juni 2023 di desa bonto lebang.

2. Sasaran

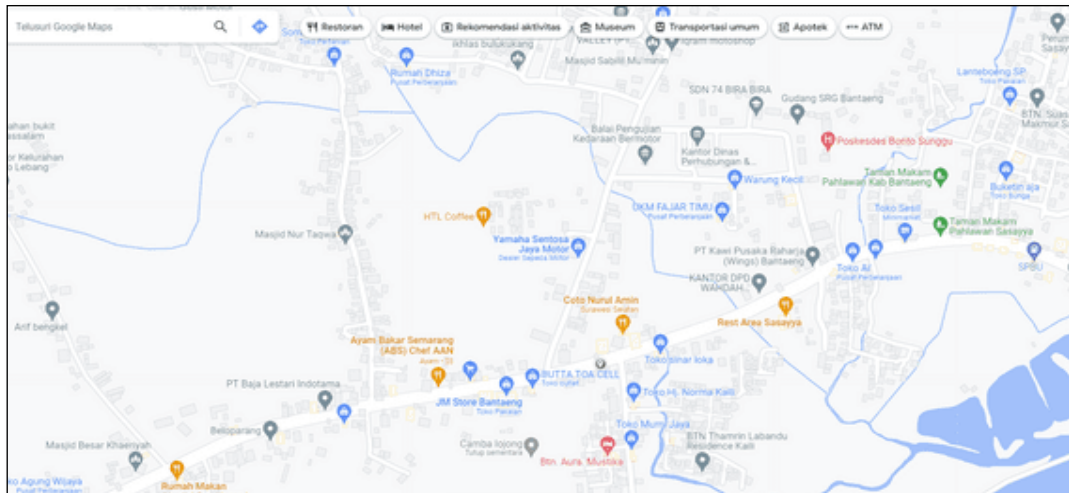
Sasaran dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini melibatkan salah seorang pelaku UMKM di bonto lebang yakni ibu Nurhayati yakni pemilik UMKM Belopar rempeyek.

3. Tahapan Kegiatan

Tahapan kegiatan pendampingan yang akan dilakukan meliputi tahapan perencanaan, persiapan, pelaksanaan, monitoring, evaluasi akhir dan laporan akhir kegiatan.

No	Nama Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
1.	Perencanaan	Tanggal 28 April s/d 05 Mei 2023
2.	Persiapan	Tanggal 06 Mei s/d 10 Mei 2023
3.	Pendampingan	Tanggal 11 Mei s/d 30 Mei 2023
4.	Monitoring	Tanggal 01 Juni s/d 10 Juni 2023
5.	Evaluasi	Tanggal 11 Juni s/d 20 Juni 2023
6.	Laporan Akhir	Tanggal 21 Juni s/d 28 Juni 2023

Tabel 1. Tahapan Proses Kegiatan Pendampingan



Gambar 1. Lokasi Kegiatan di Desa Bonto Lebang

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan

Pada tahap perencanaan tim PKM menyusun rencana, termasuk jadwal dan mengatur jobdesk untuk setiap anggota tim PKM. Pada tahap ini tim memutuskan agar program PKM dilaksanakan secara Luring. Tim juga membagi tugas untuk seluruh anggota tim dalam PKM ini.

Persiapan

Pada tahapan persiapan, tim melakukansilaturahmi ke rumah ibu Nurhayati, yakni pelaku UMKM Belapar Rempeyek yang ada di desa Bonto lebang yang dipilih menjadi sasaran dari PKM ini. Tujuan dari kunjungan ini adalah untuk memperoleh gambaran langsung tentang situasi usaha di lapangan termasuk permasalahan- permasalahan yang dihadapi UMKM tersebut sehingga sulit berkembang. Kegiatan ini dilakukan agar dapat dilakukan pemetaan terhadap semua masalah yang dihadapi dan menentukan solusi atau strategi yang tepat untuk pemecahan permasalahan tersebut.

Pendampingan

Tahapan pengemasan ulang (*repackaging*) produk Belpar Rempeyek sangat penting dilakukan, mengingat kemasan produk yang digunakan saat ini masih polos tanpa brand dan informasi produk. Sehingga secara tampilan terlihat kurang begitu menarik dan kurangmemiliki daya jual tinggi. Menurut pendapat. Menurut Mukhtar & Nurif, Selain untuk memberikan daya tarik dari sisi visual, designkemasan tentunya harus menjadi media komunikasi antar produsen dengan calon konsumen.

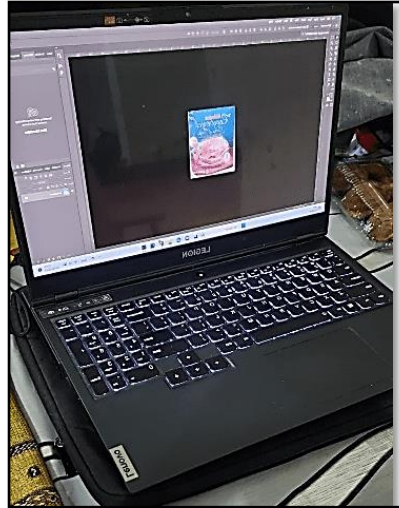
Berdasarkan permasalahan di atas, maka tim PKM bersama pemilik UMKMbersepakat untuk melakukan pengemasan ulang dengan tahapan-tahapan sebagai berikut;

1. Menentukan bentuk dari kemasan yang akan dipakai. Berdasarkan hasil diskusi dengan pemilik UMKM, maka tim PKM memutuskan bahwa produk
2. Belapar Rempeyek akan menggunakan kemasan *standing pouch polos* dengan ukuran 500gram.
3. Menentukan informasi yang akan dicantumkan pada tampilan kemasan. Berdasarkan hasil diskusi pemilik dan tim PKM maka pemilik dan tim PKM bersepakat untuk menuliskan “Belapar Rempeyek” pada bagian depan kemasan. Selain itu menuliskan kata “Crispy dan Tasty” sebagai kalimat yang menjelaskan keadaan produk yang dijualkan tersebut. Tak lupa juga untuk menuliskan izin nomor P-IRT dan logo halal untuk menunjukkan produk tersebut sudah terverifikasi. Menuliskan juga informasi alamat, nomor hp dan komposisi dari produk. Tidak liupa untuk memberikan gambar kacang pada bagian depan kemasan agar lebih menjelaskan bahwa produk tersebut menggunakan kacang sebagai komposisi utama. Sedangkan pada bagian belakang dibiarkan polos saja agar tampilan produk bisa terlihat lansung kedalam karena menggunakan plastik polos.



Gambar 2, 3 dan 4. Proses pendampingan

4. Menyiapkan gambar dari produk yang ingin dipasarkan dengan mengambil gambar menggunakan resolusi kamera tinggi. Ada baiknya dengan menggunakan kamera bersensor tinggi dan besar agar tampilan gambar lebih detail.
5. Mendesign seluruh tampilan kemasan yang sudah di rencanakan dengan menggunakan aplikasi corel draw atau photoshop.



Gambar 5. Proses editing tampilan kemasan

Monitoring

Pada tahapan ini, tim PKM memastikan hasil pendampingan yang dilakukan terhadap UMKM Belopar Rempyek baik secara teori maupun praktek berkaitan dengan proses *Repacking* (pengemasan ulang).

Evaluasi

Pada tahapan ini, diharapkan bahwa seluruh kegiatan yang berlangsung sudah sesuai dengan tujuan dan sasaran awal. Selain itu juga untuk mengukur tingkat keberhasilan dalam proses PKM ini.

Laporan Akhir

Setelah semua proses selesai, tim kemudian menyusun laporan akhir pengabdian kepada masyarakat (PKM) lalu kemudian membuat artikel dan di publikasikan dalam jurnal ilmiah.



Gambar 6. Hasil Pendampingan Repacking

3. SIMPULAN

Setelah dilakukan proses pendampingan oleh tim PKM, terlihat terdapat beberapa perubahan yang cukup signifikan. Dengan strategi repackaging kini tampilan produk UMKM Belopar Rempyek ini memiliki tampilan yang lebih menarik dan elegan. Hal inilah yang menyebabkan akhirnya ada beberapa distributor yang ingin produk tersebut masuk ke supermarket mereka. Selain itu keiginan masyarakat dalam membeli juga semakin baik. Pengabdian ini adalah pengabdian yang banyak dibutuhkan oleh UMKM yang ada di Indonesia utamanya pada masyarakat kecil. Tentunya dengan adanya kegiatan ini diharapkan tingkat pengetahuan pemilik bisnis usaha akan semakin kompetitif bersaing dalam pemasaran produknya. Kekurangan penelitian ini adalah karena waktu yang terbatas sehingga diharapkan pada pengabdian selanjutnya kuantitas pendampingan akan

semakin ditambah.

4. SARAN

Dalam rangka membantu pemerintah setempat dalam upaya mensejahterakan masyarakat utamanya UMKM, maka diharapkan ada upaya *follow up* dari setiap program kerja yang telah dilakukan agar pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dapat berjalan secara berkelanjutan sehingga dalam jangka panjang masyarakat merasakan dampak dari setiap program kerja yang dilaksanakan tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih banyak terhadap seluruh pihak yang telah mendukung kegiatan ini, Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Bone, Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Para dosen dan pelaku UMKM. Dukungan dari semua pihak sangat membantu dalam penyelesaian kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adawiyah, W. R. (2014). Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM): Studi di Kabupaten Banyumas. *JKMP (Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik)*, 2(2), 165.
- [2] Ariano, M. (2017). Pengaruh Rebranding Dan Repositioning Terhadap Brand Equity Smartphone Microsoft Lumia. *Calypra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 6(2), 1453.
- [3] Arifin, N. (2020). Manajemen Bisnis di era Pandemi Covid-19 & New Normal: Keterlibatan SDM di era New Normal. In *Manajemen Bisnis di Era Pandemi COVID-19 & New Normal*.
- [4] Bahtiar, R. A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah serta Solusinya. *Info Singkat, Volume XIII No 10/II/Puslit/Mei/2021*, 19-24.
- [5] Eka Fitriana, Kharisma. 2019. "Jual Beli Produk Minuman Repacking Ditinjau dari Undang-undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan Dan Etika Bisnis Islam (Study Kasus Kedai Teh Mbah Djie Desa Kutoanyar Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung)". (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung).
- [6] Ferdinand. 2008. "Analisis Pengaruh Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Study Kasus Pada Kemasan Mie Instan Merek Indomie Terhadap Mahasiswa Universitas Sanata Dharma)", (Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta).
- [7] Kurniasih, E. P. (2020). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Penurunan Kesejahteraan Masyarakat Kota Pontianak. *Prosiding Seminar Akademik Tahunan Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan 2020*, 277–289.
- [8] Mukhtar, S., & Nurif, M. (2015). Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora*, 8(2), 181. <https://doi.org/10.12962/j24433527.v8i2.1251>
- [9] Putri, M. A., Septyanani, R., & Santoso, A. P. (2020). Dampak Covid-19 Pada Perekonomian Indonesia. *Prosiding HUBISINTEK*, 1, 198.
- [10] Pratiwi, Mirza Ayunda; Aisyab, Niki; Saputra, Febri Eka. 2021. Kondisi dan Strategi UMKM disaat Pandemi Covid-19 di ota Tanjungpinang. <https://pascasarjanafe.untan.ac.id/wp-content/uploads/2021/01/29.pdf>
- [11] Rosita, Rahmi. 2020. Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia, *Jurnal Lentera Bisnis* Volume 9 No. 2, November 2020, DOI:10.34127/jrlab.v9i2.380