

Upgrading Kemasan Garam Guna Meningkatkan Mutu, Kualitas, serta Nilai Jual di Desa Kuala Idi Cut Kecamatan Darul Aman

Hilda Lestari*¹, Zikryah², Nova Purnama Lisa³

^{1,2,3}Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Samudra, Indonesia

*e-mail: lestarihilda783@gmail.com¹

Abstrak

Kegiatan ini merupakan hasil dari pengabdian masyarakat di desa Kuala Idi Cut yang terletak di Kec. Darul Aman Kab. Aceh Timur Provinsi Aceh. Desa Kuala Idi Cut merupakan desa penghasil garam dapur. Bentuk pengabdian masyarakat ini adalah melakukan upgrading kemasan garam yang menjadi salah satu potensi desa yang bisa dikembangkan. Kegiatan tersebut disertai dengan sosialisasi yang diberikan kepada pelaku usaha garam dimaksudkan untuk mengangkat potensi wirausaha masyarakat Desa Kuala Idi Cut yang sudah ada. Pelaksanaan kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas dan kegiatan sosialisasi pada aspek pengetahuan masyarakat terkait masalah produksi dan pengemasan. Pendekatan kualitatif dengan Teknik wawancara digunakan untuk Menyusun hasil pengabdian ini. Setelah kegiatan sosialisasi dengan metode penelitian yang digunakan didapat permasalahan dalam pengembangan produk diantaranya pelaku usaha garam masih menggunakan metode konvensional dan kurangnya inovasi baik dalam masalah produksi dan pengemasan garam. Hasil kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan masyarakat terkait inovasi pengemasan produk garam yang lebih higienis dan tahan lama.

Kata kunci: Garam, Kemasan, Peningkatan

Abstract

This activity is the result of community service in the village of Kuala Idi Cut, located in the district. Darul Aman Kab. East Aceh Aceh Province. Kuala Idi Cut Village is a village that produces table salt. This form of community service is upgrading salt packaging which is one of the village's potentials that can be developed. This activity was accompanied by socialization given to salt business actors intended to raise the entrepreneurial potential of the existing Kuala Idi Cut Village community. The implementation of this activity aims to determine the effectiveness and socialization activities on aspects of community knowledge related to production and packaging issues. A qualitative approach with interview techniques is used to develop the results of this service. After the socialization activity with the research method used, there were problems in product development including salt business actors still using conventional methods and lack of innovation both in terms of production and packaging of salt. The results of this activity indicate that there is an increase in public knowledge regarding innovations in packaging salt products that are more hygienic and durable.

Keywords: Packaging, Salt, Upgrading

1. PENDAHULUAN

Kuala Idi Cut merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Darul Aman, Kabupaten Aceh Timur, Provinsi Aceh, yang terdiri dari 2 dusun yaitu Dusun Aron Meulaboh dan Dusun Aron Muda, dengan jumlah penduduk 84 KK (Kartu Keluarga). Desa Kuala Idi Cut juga merupakan salah satu desa pesisir di Kecamatan Darul Aman, sehingga mayoritas penduduk Desa Kuala Idi Cut berprofesi sebagai nelayan dan petani garam. Namun sebagian besar warga desa bermata pencaharian utamanya yaitu petani garam karena terdapat beberapa tambak dan lahan pertanian garam, Mengingat potensi garam yang sangat melimpah di daerah tersebut dan kadar garam yang sangat tinggi pada tanah sekitar desa tersebut. Oleh karena itu, Masyarakat setempat memanfaatkan lahan pertanian garam tersebut untuk diolah menjadi garam.

Pada kesempatan kali ini mahasiswa kegiatan pengabdian masyarakat di desa Kuala Idi Cut Kecamatan Darul Aman, Kabupaten Aceh Timur melihat potensi produksi garam di desa setempat untuk dapat dimaksimalkan menjadi produk yang memiliki mutu, kualitas dan daya saing pasar yang lebih baik dan produktif dari segi ekonomi. Kesempatan kali ini para mahasiswa memfokuskan diri untuk mengembangkan usaha garam sebagai komoditas yang diunggulkan.

Pemilihan garam sebagai salah satu komoditas yang digarap oleh para mahasiswa dilatar belakangi oleh adanya peningkatan akan permintaan yang relatif tinggi dari para pelaku usaha di tingkat sekitar desa berkaitan dengan garam ini (nurfaiza, 2021).

Secara umum pasir laut dapat dibedakan atas dua kondisi yaitu pasir laut yang dipengaruhi pasang surut dan pasir laut yang terendam atau dipengaruhi oleh kondisi air laut (air pasang surut). Yang dimaksud dengan pasir laut yang tidak dipengaruhi oleh air pasang surut adalah pasir laut yang terdampar + 50 meter dari air pasang dan tidak akan tergenang kembali. Pasir laut yang tidak dipengaruhi air pasang ini mempunyai kandungan kadar garam yang lebih kurang dari pasir laut yang dipengaruhi air pasang. Akan tetapi, bahan-bahan kimia dan limbah-limbah yang ada pada pasir laut yang tidak dipengaruhi pasang surut lebih banyak dibandingkan pasir laut yang dipengaruhi pasang surut. Kandungan garam yang terdapat dalam pasir laut tersebut digunakan dalam proses elektrolisis. Karena konsep dasar elektrokimia adalah adanya pertukaran ion-ion positif dan negatif. Sedangkan garam mengandung ion positif dan negatif, semakin banyak kadar garam maka akan menghasilkan energi listrik yang besar (Desa & Kulon, 2021).

Seperti yang kita ketahui, garam merupakan salah satu bumbu dapur yang fungsinya sangat diperlukan dalam proses memasak. Proses pembuatan garam di Indonesia pada umumnya dengan cara menguapkan air laut dengan menggunakan sinar matahari atau dengan sumber panas lainnya. Namun berbeda halnya dengan yang terjadi di desa Kuala Idi Cut, Mereka membuat garam bukan melalui air laut, tetapi melalui tanah yang ada di sekitar laut tersebut. Ya setelah diteliti, kadar NaCl pada tanah tersebut sangat tinggi sehingga dapat berpotensi menjadi garam apabila diolah dengan tepat dan benar. Kami mengamati proses pengolahan garam dari tanah tersebut, yaitu dengan cara mengeringkan tanahnya terlebih dahulu, lalu diendapkan dengan air selama semalaman, yang kemudian air hasil endapan tersebut yang dimasak selama kurang lebih 8 jam untuk kemudian bisa menjadi garam (Assad, 2011).

Seiring perkembangan dan pesatnya persaingan dalam berwirausaha menuntut wirausahawan untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan produk atau jasa yang dimilikinya dalam rangka menyelaraskan kebutuhan konsumen yang semakin beragam dan tanpa batas. Oleh karena itu untuk mengantisipasi era persaingan perdagangan bebas tersebut, banyak perusahaan di Indonesia baik yang berskala besar, menengah maupun yang berskala kecil mulai menata ulang strategi persaingannya dengan melakukan kajian terhadap tujuan strategis perusahaan yang didasarkan atas kebutuhan pasar baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional, dan juga melakukan evaluasi yang intens (terus menerus secara mendalam) terhadap kompetensi internal perusahaan itu sendiri, termasuk dalam hal ini melakukan penilaian kinerja pemasaran (Hadiyati, 2011). Pentingnya pemilihan kemasan produk dalam memasarkan suatu produk dalam meningkatkan nilai jual serta menjaga kualitas, maka diperlukan inovasi dalam kemasan suatu produk.

Kemasan (*packaging*) adalah kegiatan merancang dan memproduksi bungkus suatu produk yang meliputi desain bungkus dan pembuatan bungkus produk tersebut (Swasta, Basu 1999) dalam (Dan et al., 2012). Kemasan tak hanya sebagai pelindung isi produk tetapi juga digunakan untuk menyenangkan dan memikat hati konsumen. Oleh karenanya kemasan termasuk salah satu dalam strategi pemasaran khususnya strategi produk yang dapat dilakukan dengan cara memperbaiki bentuk luar dari produk pembungkusan, logo dan lain-lain agar dapat menarik konsumen bahwa produk tersebut bermutu dan berkualitas baik (Putri, 2019).

Pada dasarnya desain kemasan mempengaruhi apa yang ada di dalamnya. Karena itu pengaruh bentuk, warna, bahan, desain kemasan dapat mempengaruhi konsumen. Perilaku konsumen yang semakin kritis terhadap kemasan produk, terlebih untuk kemasan produk makanan harus mendapat perhatian khusus. Menggunakan bahan yang ramah lingkungan, mudah dibawa, serta aman dan tidak menimbulkan kontaminasi pada makanan, serta memberikan informasi produk yang memadai akan menjadi pilihan konsumen (Christine Suharto Cenadi, 2000). Desain dapat berupa logo yaitu sebagai identitas dari suatu produk untuk memudahkan dalam pembelian maupun pemasaran.

Penggunaan logo pada sebuah kemasan sebagai identitas dari produk dan hal ini menjadi wajib digunakan. Adanya logo pada kemasan membuat para konsumen mampu mengidentifikasi

suatu produk, konsumen juga bisa menjadi pembeda antara produk satu dan yang lainnya. Merancang sebuah logo untuk kemasan suatu produk adalah tahapan awal untuk membangun *awareness* atau kesadaran pasar tentang identitas produk untuk meningkatkan nilai jual suatu produk tersebut (Redesign et al., 2020). Oleh karena itu, pengabdian masyarakat penting dilakukan untuk meningkatkan produktivitas komoditas desa dalam pengembangan desa.

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk mengetahui efektifitas dan kegiatan sosialisasi pada aspek pengetahuan masyarakat terkait masalah produksi dan pengemasan. Maka dari itu kegiatan ini mengambil Tema "Upgrading Kemasan Garam Guna Meningkatkan Mutu, Kualitas, Serta Nilai Jual di Desa Kuala Idi Cut Kecamatan Darul Aman".

2. METODE

Program ini dilakukan saat kami melakukan kegiatan pengabdian masyarakat selama 32 hari dimulai dari tanggal 29 Juli-30 Agustus 2021 yang berlokasi di Desa Kuala Idi Cut, Kecamatan Darul Aman, Aceh Timur. Pelaksanaan program pengabdian ini didasarkan pada observasi awal yang mengindikasikan bahwa tingkat inovasi dan kreatifitas masyarakat sekitar terhadap pentingnya peningkatan hasil usaha masih terbilang rendah. Keadaan tersebutlah yang mendorong kami menindak lanjuti berupa program pengabdian "Upgrading Kemasan Garam" (Prastuti, 2017).

Kegiatan menggunakan pendekatan kualitatif dengan Teknik wawancara dan observasi langsung yang disertai sosialisasi yang diberikan kepada pelaku usaha garam, untuk pengembangan dalam aspek produksi dan pengemasan. Seluruh program yang dijalankan kemudian akan diobservasi dan diambil data dari berbagai sumber guna melakukan evaluasi. Dalam pengumpulan data hanya jenis data primer yang dikumpulkan, dimana data primer ini adalah data yang diperoleh secara langsung dari informan di lapangan termasuk maupun perangkat desa setempat. Hasil pengumpulan data tersebut kemudian dianalisis dan dibuat kesimpulan apakah program layak untuk ditindaklanjuti atau tidak. Selanjutnya program-program peningkatan kualitas pemberdayaan ekonomi yang dianggap layak akan diteruskan oleh warga masyarakat secara swadaya (Fauzi & Suhilmiati, 2019).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini kami melakukan program kerja dengan upaya peningkatan kemasan produk garam dan mendesain logo untuk kemasan garam dari kemasan produk garam sebelumnya. Kegiatan ini dilakukan di desa Kuala Idi Cut, Kec. Darul aman, Idi, Aceh Timur. Program kerja ini bertujuan untuk upgrading kemasan garam menjadi salah satu upaya peningkatan akomoditas desa yaitu garam, dimana agar lebih tahan lama serta lebih ekonomis. Pada program pemberdayaan masyarakat ini memiliki beberapa tahapan.

Tahapan persiapan, pada tahap ini kegiatan meliputi wawancara serta pendekatan terhadap pelaku usaha garam yang nantinya akan dilakukan sosialisasi. Kemudian sebelum memulai kegiatan tahap persiapan yaitu, menyediakan semua bahan dan membeli alat yang diperlukan. Dengan bahan yang berupa Garam dapur dan alat-alat yang digunakan berupa plastik ziplock timbangan, dan sendok. Plastik ziplock yang digunakan berukuran 1kg dan ½ kg, tahapan lain antaranya, membuat desain untuk logo kemasan garam dengan menggunakan aplikasi Canva dengan ukuran 5x5 cm. Setelah logo selesai dibuat logo diprint di penyedia jasa cetak, logo di print dengan kertas stiker yang nantinya akan ditempelkan di depan kemasan garam yang baru.

Tahap pembuatan, yaitu meliputi plastik ziplock ukuran 1 kg dan ½ kg yang ditempelkan desain logo stiker di depan kemasan, kemudian diisi garam dan ditimbang sesuai ukuran plastik ziplock. Setelah garam dikemas dengan kemasan garam, kami melakukan sosialisasi kepada pelaku usaha garam dengan cara mengumpulkan para masyarakat dan pelaku usaha garam desa Kuala Idi Cut.

Hasil dari kegiatan pemberdayaan masyarakat ini adalah kemasan garam pada gambar 1 menggunakan plastik ziplock dan desain logo yang sudah kami buat. Harga jual garam dapur

dengan menggunakan kemasan tradisional yaitu kantung kresek dihargai Rp. 4.000 per 1 kg nya. Dengan adanya inovasi kemasan garam bisa meningkatkan harga jual menjadi 8.000 per 1 kg dimana target pasar tidak hanya untuk dijual ke tempat distributor tetapi bisa menjadi oleh-oleh maupun menjadi produk unggulan yang nilai jualnya bisa lebih naik.



Gambar 1. Kemasan garam terbaru (Kemasan garam terbaru dengan plastik Ziplock yang berukuran 1 kg dan 1/2 kg dengan Desain logo yang berada di depan kemasan)



Gambar 2. (a) Proses pengemasan garam (b) Kemasan baru garam Ibu Nursidah sebagai contoh

Pada Gambar 2 (a) Sebelum dilakukannya pengemasan garam terlebih dahulu dijemur, setelah dijemur garam dibersihkan dari sisa-sisa hasil pemasakan garam yang menggumpal dan berwarna kecoklatan, setelah garam dibersihkan garam ditimbang dan siap dikemas. Pada Gambar 2 (b) Ibu Nursidah adalah salah satu petani garam di desa Kuala Idi Cut, kami menggunakan garam dapur dari Ibu Nursidah sebagai contoh untuk kemasan garam terbaru ini.



Gambar 3. (a) Sosialisasi kemasan garam, (b) Antusiasme warga saat menghandiri sosialisasi kemasan garam terbaru

Pada Gambar 3 (a) dan (b) dilakukannya sosialisasi hasil inovasi kemasan garam kepada

masyarakat serta pelaku usaha garam beserta perangkat desa. Sosialisasi ini dilakukan agar masyarakat dan pelaku usaha garam mendapatkan wawasan serta pengetahuan dari pemaparan serta tanya jawab terkait kemasan baru, dimana diharapkan agar beralih dari kemasan tradisional menjadi kemasan modern yang lebih ekonomis, tahan lama serta menambah nilai jual agar membantu pertumbuhan ekonomi desa.

4. KESIMPULAN

Dari hasil program kerja ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengembangan masyarakat ini, berupaya untuk meningkatkan kemasan produk garam agar terlihat lebih ekonomis dan memiliki nilai jual yang tinggi, kemasan juga tahan lama. Dan adanya logo pada kemasan membuat produk tersebut memiliki identitas agar minat beli konsumen pada produk menjadi meningkat. Kemasan baru garam ini menggunakan plastik ziplock yang berukuran 1 kg dan ½ kg. Pada kemasan sebelumnya menggunakan plastik kantong kresek yang dihargai Rp4.000 per 1 kgnya, sedangkan kemasan baru bisa mencapai perkiraan 8.000 per 1 kgnya yang bisa dijadikan oleh-oleh desa.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan banyak terima kasih kepada Geuchik dan masyarakat Desa Kuala Idi Cut yang sudah mengizinkan kami untuk melakukan pengabdian masyarakat selama satu bulan dan pihak-pihak yang terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Assadad, L. (2011). The use of salt in fisheries product processing industry. *Squalen Bulletin of Marine and Fisheries Postharvest and Biotechnology*, 6(1), 26. <https://doi.org/10.15578/squalen.v6i1.58>
- Christine Suharto Cenadi. (2000). Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran. *Nirmana*, 2(2), 92-103. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16056>
- Dan, K., Pada, P., & Pengaruhnya, K. (2012). *No Title*. 19-28.
- Desa, D. I., & Kulon, D. (2021). *DINAMIKA KEHIDUPAN EKONOMI PETANI GARAM*. 10(3), 351-367.
- Fauzi, A., & Suhilmiati, E. (2019). *Abdi kami*. 2(1), 1-12.
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1). <https://doi.org/10.9744/jmk.13.1.8-16>
- nurfaiza, salma. (2021). Evaluasi Kesesuaian Lahan Tambak Garam Menggunakan Indeks Kesesuaian Lahan Garam (Iklg) Di Desa Tluwuk, Pati. *JFMR-Journal of Fisheries and Marine Research*, 5(2), 182-192. <https://doi.org/10.21776/ub.jfmr.2021.005.02.1>
- Prastuti, O. P. (2017). Pengaruh Komposisi Air Laut dan Pasir Laut Sebagai Sumber Energi Listrik. *Jurnal Teknik Kimia Dan Lingkungan*, 1(1), 35. <https://doi.org/10.33795/jtkl.v1i1.13>
- Putri, S. A. (2019). Desain Kemasan untuk Mendukung Pemasaran Produk Olahan Pangan Kelompok Wanita Tani Kreatif Permata. *Charity*, 2(1), 0-1. <https://doi.org/10.25124/charity.v2i1.2143>
- Redesign, L., Of, P., Usaha, R., Fitrah, A. L., Logo, R., Desain, D. A. N., Rumah, K., & Al, U. (2020). *Arty : Jurnal Seni Rupa LOGO REDESIGN AND PACKAGING OF RUMAH USAHA AL FITRAH*. 9(3), 193-202.

Halaman Ini Dikосongkan