

Kemasan Menarik dan Internet Marketing untuk Meningkatkan Nilai Jual Emping Garut sebagai Produk Unggulan Kabupaten Sragen

Sari Purnavita¹, Herman Yoseph Sriyana², Tantri Widiastuti³

^{1,2}Program Studi Teknik Kimia, Akademi Kimia Industri SantoPaulus Semarang

³Program Studi Manajemen, Sekoalh Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala

¹saripurnavita@yahoo.com, ²hy_sriyana@yahoo.co.id, ³tan3widiastuti@gmail.com

Received: 20 September 2017; Revised: 7 Desember 2017; Accepted: 3 Februari 2018

Abstract

Garut plants included in the type of tubers are grown by many people who live in District Gesi, Sragen regency. In Sragen regency there are several home industry emping garut, two of which have a very big motivation to develop is the garut UKM "Sumber Rejeki" and UKM chips garut "Fadilah". The second problem of UKM is the limitation of garut flavor innovation, the packaging is very simple, and the marketing system is still traditional so that the sales turnover and the selling value of the product is still low. To increase sales turnover can be done with the improvement of innovation and packaging technology, seasoning technology with spice tabor, and expand marketing with the internet media. Emping garut products are packaged attractively, innovation products chute garut various flavors, and marketing with the internet media through blogspot can menenbus widespread marketing both in large stores, product selling price increased 50%, and sales turnover increased 100%.

Keywords: *Emping, Arrowroot, Sragen, Seasoning, Packaging, Internet Marketing*

Abstrak

Tanaman garut termasuk dalam jenis umbi-umbian yang banyak ditanam oleh masyarakat yang tinggal di Kecamatan Gesi, Kabupaten Sragen. Di Kabupaten Sragen terdapat beberapa industri rumah tangga emping garut, dua di antaranya yang memiliki motivasi sangat besar untuk berkembang adalah UKM emping garut "Sumber Rejeki" dan UKM emping garut "Fadilah". Permasalahan kedua UKM adalah keterbatasan inovasi rasa emping garut, kemasan sangat sederhana, dan sistem pemasaran masih tradisional sehingga sehingga omzet penjualan dan nilai jual produk masih rendah. Untuk meningkatkan omzet penjualan dapat dilakukan dengan perbaikan inovasi dan teknologi pengemasan, teknologi seasoning dengan bumbu tabur, dan memperluas pemasaran dengan media internet. Produk emping garut yang dikemas secara menarik, inovasi produk emping garut aneka rasa, dan pemasaran dengan media internet melalui blogspot dapat menenbus pemasaran secara luas baik di toko-toko besar, harga jual produk meningkat 50%, dan omzet penjualan meningkat 100%.

Kata Kunci: *Emping Garut, Sragen, Bumbu Tabur, Kemasan, Internet Marketing*

Kemasan Menarik dan Internet Marketing untuk Meningkatkan Nilai Jual Emping Garut sebagai Produk Unggulan Kabupaten Sragen

Sari Purnavita, Herman Yoseph Sriyana, Tantri Widiastuti

A. PENDAHULUAN

Kabupaten Sragen yang terletak di wilayah Propinsi Jawa Tengah, secara geografis berada di perbatasan antara Jawa Tengah dan Jawa Timur. Kabupaten Sragen dibagi menjadi 2 wilayah yang dipisahkan oleh sungai Bengawan Solo, yaitu (1) sebelah selatan sungai Bengawan Solo adalah wilayah pertanian lahan basah dan (2) sebelah utara sungai Bengawan Solo adalah wilayah lahan pertanian kering yang sebagian besar tanahnya kurang subur, kering, tandus, dan berkapur. Luas wilayah Kabupaten Sragen adalah 94.155 Ha dengan komposisi area seluas 40.037,93 hektar (42,52 %) yang merupakan lahan sawah dan 54.117 hektar (57,48%) adalah lahan kering.

Masyarakat yang tinggal di area lahan kering memiliki tingkat pendapatan dan kesejahteraan yang sangat rendah. Oleh karena itu, pemerintah daerah Sragen berupaya meningkatkan produktivitas lahan pertanian kering dan pendapatan petani melalui pengembangan budidaya tanaman garut. Beberapa daerah di Kabupaten Sragen

yang dikembangkan untuk budidaya tanaman garut adalah Kecamatan Sukodono, Mondokan, Gesi, dan Jenar. Garut banyak ditanam di pekarangan rumah penduduk dan di kebun-kebun maupun di sela-sela pohon jati (Anonim, 2008).

Tanaman garut (Gambar 1) termasuk dalam jenis umbi-umbian yang memiliki nilai ekonomi cukup tinggi. Garut merupakan tanaman musiman dan musim panen umbi garut pada awal musim kemarau atau sekitar bulan Juli hingga Oktober. Dalam sekali musim, para petani di Kabupaten Sragen bisa memanen umbi garut sebanyak 20 ton. Oleh masyarakat sekitar, umbi garut diolah menjadi pati garut dan emping garut. Umbi garut yang diolah menjadi emping memiliki waktu simpan yang lebih lama dibandingkan dalam bentuk pati. Selain itu, emping garut memiliki peluang yang lebih baik untuk dikembangkan karena memiliki potensi untuk diekspor seperti emping melinjo.



Gambar 1. Tanaman Garut

Emping garut memiliki memiliki kandungan serat yang tinggi sehingga bermanfaat bagi kesehatan, khususnya untuk yang berdiet dan penderita diabetes.

Di Kabupaten Sragen terdapat beberapa industri rumahan emping garut, dua diantaranya yang memiliki motivasi sangat besar untuk berkembang adalah Usaha Kecil Menengah (UKM) emping garut “Sumber Rejeki” dan UKM emping garut “Fadillah”. UKM emping garut “Sumber Rejeki” berlokasi di Desa Blangu, Kecamatan Gesi, Kabupaten Sragen dan dipimpin oleh Ibu Sri Sukanti. Sedangkan UKM emping garut “Fadillah” berlokasi di Desa Puro, Kecamatan Karangmalang, Kabupaten Sragen dan dipimpin oleh ibu Tut Wuri Handayani.



Gambar 2. UKM “Sumber Rejeki”



Gambar 3. Lokasi UKM “Fadillah”

Emping garut yang diproduksi oleh kedua UKM tersebut baru satu jenis rasa gurih dengan bumbu basah larutan bawang putih dan belum mampu melakukan inovasi aneka rasa sehingga omzet penjualan rendah. Selain itu, teknologi proses pemberian rasa dengan bumbu basah ini tidak efisien karena memerlukan proses penjemuran lagi setelah dua kali (waktu proses yang diperlukan sangat lama) dan sangat tergantung dengan sinar matahari.

Kemasan Menarik dan Internet Marketing untuk Meningkatkan Nilai Jual Emping Garut sebagai Produk Unggulan Kabupaten Sragen

Sari Purnavita, Herman Yoseph Sriyana, Tantri Widiastuti

Omzet penjualan kedua UKM masih rendah, UKM “Fadilah” sebanyak 3 kwintal/bulan dan UKM “Sumber Rejeki” sebanyak 6 kwintal/bulan. Sebagian besar konsumen menghendaki emping garut dengan aneka rasa seperti balado, lada hitam dan lain-lain.

Pemasaran produk emping garut kedua UKM masih terbatas pasar tradisional daerah Sragen dan sekitarnya seperti Kabupaten Ngawi dan Surakarta. UKM “Sumber Rejeki” dan UKM “Fadilah” belum bisa menembus toko-toko, baik di Sragen maupun kota yang lain. Hal ini dikarenakan saat menawarkan produk emping garut ke beberapa toko mendapat tolakan dari pihak pengelola dengan alasan kualitas kemasan emping garut kurang menarik.

Menurut Irrubai, dkk (2016), beberapa industri rumah tangga dalam bentuk UKM saat ini masih memiliki keterbatasan dalam aspek kualitas, khususnya tentang strategi kemasan dan marketing. Penampilan produk sangat ditentukan oleh Labeling dan Packaging. Pandangan pertama konsumen

sangat menentukan pilihan para konsumen sehingga penampilan produk sangat penting untuk menarik minat konsumen di pasaran.

Berdasarkan uraian diatas maka kedua UKM emping garut pada kegiatan IbM ini memerlukan pelatihan dan pendampingan dalam hal pengelolaan inovasi produk, penampilan kemasan dan strategi pemasaran secara *internet marketing*.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan meliputi: pelatihan strategi pengemasan yang menarik dan berkualitas, pelatihan strategi pemasaran secara internet, dan pelatihan teknologi *seasoning*.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Strategi Pengemasan

Emping Garut produksi UKM “Sumber Rejeki” dan “Fadillah” dikemas dengan bentuk kemasan yang sederhana baik untuk ukuran kemasan 250 gram hingga 1 kg seperti pada Gambar 4.



Gambar 4. Kemasan Produk Emping Garut Sebelum Dilakukan Inovasi

Peralatan pengemas yang digunakan juga sederhana hand sealer sehingga waktu proses sangat lama dan hasilnya kurang berkualitas. Kedua permasalahan tersebut menyebabkan harga jual emping garut rendah (Rp 30.000,- per kg). dan pemasaran belum bisa menembus pasar menengah ke atas.

Melalui program IbM ini dilakukan pelatihan inovasi kemasan dan pelatihan teknologi pengemasan dengan mesin sealer model pedal yang bisa diukur lama pengelasan berdasarkan ukuran ketebalan plastik sehingga hasil kemasannya berkualitas dan waktu pengemasan efisien.



Gambar 5. Mesin Sealer Model Pedal

Mesin *sealer* model pedal bisa digunakan untuk plastik yang tebal. Mesin hand sealer hanya sesuai untuk plastik dengan ukuran ketebalan 0,05 cm sehingga kerenyakan emping garut hanya bertahan 2 minggu, namun dengan menggunakan mesin sealer pedal maka UKM bisa memberikan kemasan emping garut dengan menggunakan plastik ketebalan 0,10 cm sehingga kerenyakan emping garut bertahan lebih dari 1 bulan.

Prosedur pengemasan yang dilakukan adalah sebagai berikut: setelah emping garut selesai digoreng dan ditabur bumbu, maka diamkan emping agrut di udara terbuka agar emping garut menjadi dingin selama 15 menit dan setelah itu baru emping garut dikemas kedalam plastik berbentuk *stand up pouch*.



Gambar 6. Pelatihan di UKM Sumber Rejeki

Kemasan Menarik dan Internet Marketing untuk Meningkatkan Nilai Jual Emping Garut sebagai Produk Unggulan Kabupaten Sragen

Sari Purnavita, Herman Yoseph Sriyana, Tantri Widiastuti



Gambar 7. Pelatihan di UKM Fadillah

Pengemasan emping garut yang menarik dan berkualitas dilakukan sebagai upaya menaikkan daya jual produk emping garut. Suatu produk akan memiliki nilai tambah jika penjualannya dikemas secara menarik. Persaingan didalam dunia usaha semakin tajam dan kalangan produsen saling berlomba merebut perhatian calon konsumen. Apabila image emping garut sudah dikenal masyarakat maka diharapkan harga jual emping garut bisa meningkat.



Gambar 8. Kemasan Emping Gaurt Hasil Pelatihan

Kemasan memiliki peranan cukup penting bagi suatu produk. Selain berfungsi sebagai pelindung produk, kemasan juga secara tidak langsung menggambarkan jati diri produk itu sendiri. Dimensi-dimensi dari kemasan memiliki peran masing-masing untuk menghasilkan kemasan yang baik dan menarik, karena semakin menarik kemasan tersebut semakin menarik perhatian para konsumen.

Menurut Klimchuk, dkk (2006), tujuan desain kemasan adalah:

1. Menampilkan atribut unik sebuah produk
2. Memperkuat penampilan estetika dan nilai produk
3. Mempertahankan keseragaman dalam kesatuan merek produk
4. Memperkuat perbedaan antara ragam produk dan lini produk
5. Mengembangkan bentuk kemasan berbeda yang sesuai dengan kategori
6. Menggunakan material baru dan mengembangkan struktur inovatif untuk mengurangi biaya, lebih ramah

lingkungan, atau meningkatkan fungsionalitas.

Pada dasarnya fungsi utama kemasan adalah menyimpan dan melindungi produk. Namun, saat ini kemasan menjadi salah satu sarana pemasaran yang penting. Kompetisi antar perusahaan dengan padatnya produk di rak-rak toko pengecer membuat kemasan perlu diperhatikan. Hal ini menjadi tugas bagian penjualan perusahaan untuk menarik perhatian pelanggan supaya membeli produk yang ditawarkan. Oleh sebab itu kemasan yang baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Di dalam dunia produk makanan sebuah produk yang sederhana dengan desain kemasan yang tepat dapat menjadi sebuah karakter yang unik dan sangat istimewa.

Suatu produk akan memiliki nilai tambah jika penjualannya dikemas secara menarik. Harga jual produk emping garut kedua UKM setelah menggunakan kemasan baru yang lebih menarik dapat meningkat hingga 50%. Persaingan didalam dunia usaha semakin tajam dan kalangan produsen saling

berlomba merebut perhatian calon konsumen. Apabila image emping garut sudah dikenal masyarakat maka diharapkan dapat menjadi produk unggulan Kabupaten Sragen. Komoditi emping garut ini berpotensi untuk diekspor ke negara-negara tetangga (Singapura, Malaysia, dan Brunei) seperti halnya emping melinjo yang sudah mampu menembus pasar internasional.

Pelatihan Teknologi *Seasoning*

Pelatihan teknologi *seasoning* dimaksudkan agar UKM mitra dapat menyerap materi teknologi *seasoning* secara praktek produksi emping garut dengan bumbu tabur yang beraneka rasa.

1. Teknik Penyimpanan Bumbu Tabur

Cara penyimpanan bumbu yang benar dapat meningkatkan umur simpan bumbu. Langkah-langkah penyimpanan yang benar adalah sebagai berikut.

Penyimpanan bumbu harus di ruangan yang kering dan suhu rendah. Penyimpanan pada suhu rendah akan memperlambat proses penguapan komponen *flavor* sehingga *flavor* dari bumbu tersebut

Kemasan Menarik dan Internet Marketing untuk Meningkatkan Nilai Jual Emping Garut sebagai Produk Unggulan Kabupaten Sragen

Sari Purnavita, Herman Yoseph Sriyana, Tantri Widiastuti

dapat bertahan lebih lama. Semakin rendah suhu maka proses penurunan mutu akan berlangsung lebih lambat.

Penyimpanan bumbu pada ruangan yang gelap dan menghindarkan bumbu dari cahaya serta panas. Hal ini dilakukan untuk meminimalkan perubahan aroma, flavor dan warna bumbu.

Penyimpanan bumbu tabur di wadah yang tertutup rapat dan tidak berkontak dengan udara. Kontak dengan udara akan mempercepat penggumpalan (Catharine, 2009).

2. Standar Pemakaian Bumbu Tabur

Komposisi penambahan bumbu tabur adalah adalah 5-10% dari berat produk matang. Untuk 1 kg emping garut matang diberikan bumbu tabur sebanyak 0,5-1 ons.

3. Prosedur Pencampuran Bumbu Tabur

Cara pemakaian bumbu tabur yang optimal dan tidak boros, maka taburkan bumbu secara merata ke emping garut yang masih dalam keadaan panas (selesai digoreng), Hal ini bisa terjadi karena saat itu emping garut masih mengandung minyak dan

pori-pori emping garut melebar sehingga bumbu tabur lebih mudah melekat ke produk emping garut. Setelah emping garut dan bumbu dimasukkan didalam *mixer* maka selanjutnya *mixer* ditutup supaya kedap udara sehingga memudahkan penempelan bumbu tabur pada permukaan emping garut goreng. Proses pengadukan dilakukan dalam waktu 10 menit sudah diperoleh pencampuran yang homogen dan merata. Kedua mitra mampu menerima alih teknologi dengan baik. Proses produksi emping garut menjadi efisien dan cepat karena bisa mencampurkan bumbu dengan emping dalam kapasitas besar (3-5 kg). Keunggulan mesin *mixer* dengan tabung plastik ini adalah kerusakan emping akibat putaran dapat diminimalkan karena benturan dengan dinding plastik tidak menyebabkan emping garut hancur. Peralatan *mixer* dapat dilihat pada Gambar 9. Hasil pencampuran bumbu tabur dengan peralatan *mixer* tabung plastik sangat homogen atau rata seperti pada Gambar 10. Dengan adanya keberadaan alat *mixer* bumbu tabur hasil program IbM maka kedua UKM mitra dapat memproduksi

emping garut dengan aneka rasa dan omzet penjualannya berhasil meningkat 100%. Jenis rasa yang paling diminati konsumen adalah rasa balado.



Gambar 9. Mesin *Mixer* Bumbu Tabur



Gambar 10. Produk Emping Garut Bumbu Balado

Produk emping garut Fadilah dengan kemasan yang baru dan inovasi rasa telah menembus toko oleh-oleh terbesar di Kota Sragen seperti pada Gambar 11.



Gambar 11. Pemasaran Produk Emping Garut

Pelatihan Pemasaran dan Internet Marketing

Pelatihan pemasaran dengan memberikan wacana kepada mitra tentang strategi pemasaran untuk menembus pasar modern (supermarket) dan pelatihan internet marketing dilakukan melalui pembuatan web site dan promosi melalui jejaring sosial media. Pada kegiatan ini dilakukan dengan pembuatan blogspot untuk masing-masing UKM mitra guna meningkatkan jangkauan pemasaran. Saat ini kedua mitra telah memiliki sarana promosi media internet, alamat blogspot UKM Sumber Rejeki adalah empinggarutsumberrajeki.blogspot.co.id dan blogspot UKM Fadilah adalah empinggarutfadilah.blogspot.co.id.

Kemasan Menarik dan Internet Marketing untuk Meningkatkan Nilai Jual Emping Garut sebagai Produk Unggulan Kabupaten Sragen

Sari Purnavita, Herman Yoseph Sriyana, Tantri Widiastuti

D. PENUTUP

Simpulan

Kemasan produk emping garut mitra menjadi lebih menarik dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. UKM Fadilah telah berhasil menembus toko oleh-oleh terbesar di Kota Sragen. UKM Sumber Rejeki dan UKM Fadilah telah memiliki blogspot sebagai media promosi secara internet. Produk emping garut dengan kemasan baru dapat meningkatkan keuntungan hingga 30%.

Ucapan Terimakasih

Pada kesempatan ini kami mengucapkan terimakasih kepada DRPM Kementerian Ristek dan Pendidikan Tinggi serta Kopertis VI yang telah memberikan dana Hibah Ipstek bagi Masyarakat tahun 2017 untuk pelaksanaan program ini.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2008, *Tanaman Garut*, <http://marketing.sragenkab.go.id/index.html>.
- Catharine, P., 2009, *Culinary techniques for healthy school meals, 2nd ed.*, National Food Service Management Institute. University.
- Irrubai, M. L., 2016, Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga, *Social Science Education Journal*, 3 (1), hal 17-26.
- Klimchuk, Marianne Rosner dan Krasovec, Sandra A. 2007. *Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*. Jakarta: Erlangga.