



Terbit online pada laman web jurnal: <http://wartaandalas.lppm.unand.ac.id/>

Warta Pengabdian Andalas

Jurnal Ilmiah Pengembangan dan Penerapan Ipteks

ISSN (Print) 0854-655X | ISSN (Online) 2797-1600

Packaging Design for Barandang Peanut Products for UMKM in Nagari Tigo Balai

Pendampingan Desain Kemasan Produk Kacang Tanah Barandang untuk UMKM di Nagari Tigo Balai

Delvi Yanti, Aninda Tifani Puari*, Fadli Irsyad, Eri Stiyanto

Departemen Teknik Pertanian dan Biosistem, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Andalas, Padang, Indonesia

*Corresponding author: anindapuari@ae.unand.ac.id

Received: September 7, 2024

Accepted: April 5, 2024

Published: September 27, 2024

Keywords:

*barandang
peanut, design,
packaging,
product*

ABSTRACT

When comparing Lawang to Nagari Tigo Balai, the latter exhibits an attractive appearance on product packaging, which is one of the crucial factors in the marketing strategy of micro, small, and medium enterprises (UMKM). UMKM's issues in the Nagari Tigo Balai area include limited technology and knowledge in redesigning packaging. This Community Service Activity (PKM) aims to assist UMKM in Nagari Tigo Balai in designing packaging for "Barandang" peanut products. The method consists of three stages: observation, analysis of the content of "Barandang" peanut products, and assistance in designing packaging until the design is ready for printing. The result of the assistance activity is the creation of packaging designs for "Barandang" peanut products for two UMKMs in Nagari Tigo Balai, namely LBM and ARYA, with nutritional information on the packaging. Based on the discussion during the assistance activity, this packaging redesign assistance plays a crucial role for UMKM practitioners in making their marketed products more attractive, thus increasing buyers' interest and purchasing power even further.

Kata Kunci:

*desain, kacang tanah
barandang,
kemasan, UMKM*

ABSTRAK

Hingga saat ini produk kacang tanah barandang lebih dikenal sebagai produk Nagari Lawang dibandingkan Nagari Tigo Balai. Tampilan yang menarik pada kemasan sebuah produk menjadi salah satu faktor penting dalam strategi pemasaran sebuah produk UMKM. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di area Nagari Tigo Balai adalah keterbatasan teknologi dan pengetahuan dalam proses re-desain kemasan. Kegiatan Pengabdian Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberikan pendampingan kepada UMKM di Nagari Tigo Balai dalam mendesain kemasan produk kacang tanah barandang. Metode yang dilakukan terdiri dari tiga tahap yaitu, observasi, analisis kandungan produk kacang tanah barandang, serta pendampingan pembuatan desain kemasan hingga ke percetakan desain tersebut. Hasil dari kegiatan pendampingan adalah dihasilkannya desain kemasan produk dua UMKM kacang tanah barandang di Nagari Tigo Balai, yaitu LBM dan ARYA dengan informasi kandungan gizi di kemasan tersebut. Berdasarkan hasil diskusi pada kegiatan pendampingan, kegiatan pendampingan redesign kemasan ini sangat berperan penting bagi pelaku UMKM agar produk yang mereka pasarkan lebih menarik dan menarik minat dan daya beli para pembeli lebih tinggi lagi.

PENDAHULUAN

Kacang tanah dari Tigo Balai merupakan salah satu komoditas unggulan dari daerah ini (Badan Pusat Statistik Sumatera Barat, 2023; Khairad, 2020). Kacang tanah tidak hanya menjadi bagian integral dari budaya kuliner lokal, tetapi juga menjadi sumber pendapatan utama bagi banyak petani dan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Tigo Balai (Dinas Tanaman Pangan Holtikultura dan Perkebunan Provinsi Sumatera Barat, 2021). Kacang tanah di daerah ini dikenal memiliki kualitas yang baik dan menjadi bahan baku utama bagi berbagai produk olahan, seperti kacang barandang (Pemerintah Kabupaten Agam, n.d.). Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) di tahun produktivitas kacang tanah di Kabupaten Agam 966,97 ton (Badan Pusat Statistik Sumatera Barat, 2023).

Meskipun kacang memiliki potensi besar sebagai produk utama UMKM di Nagari Tigo Balai, namun banyak dari mereka menghadapi berbagai tantangan dalam memasarkan produk mereka. Sehingga, saat ini produk kacang tanah barandang lebih dikenal sebagai produk unggulan yang diproduksi Nagari Lawang (Sanjaya & Kamal, 2021). Salah satu tantangan utama adalah kurangnya pemahaman tentang pentingnya desain kemasan yang menarik dan profesional sebagai salah satu strategi pemasaran produk (Khaira et al., 2022; Nurussama & Barovich, 2018). Kemasan yang kurang menarik sering kali menjadi hambatan dalam pemasaran produk, karena desain kemasan memiliki peran yang sangat penting dalam menarik perhatian konsumen dan membedakan produk dari pesaing di pasar (Laduni et al., 2023; Prameswari et al., 2021). Dengan kemasan yang menarik dan profesional, UMKM dapat menciptakan citra merek yang kuat, meningkatkan daya tarik produk, serta memperluas pangsa pasar mereka (Pratiwi & Nizam, 2021).

Beberapa kendala penyebab produk kacang tanah produksi UMKM Nagari Tigo Balai belum memiliki desain kemasan produk yaitu belum adanya informasi mengenai komposisi dari kandungan kacang tanah yang dipasarkan (gambar 1), serta akses terhadap teknologi pembuatan dan pencetakan desain kemasan tersebut (Hartanti & Nurviana, 2019; Ramadhan, 2019). Dalam rangka mengatasi tantangan tersebut, dilakukanlah kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk memberikan mengenai pembuatan dan pencetakan kemasan produk kacang tanah barandang penyuluhan kepada UMKM di nagari Tigo Balai yang telah memiliki izin pangan industri rumah tangga (PIRT) namun belum memiliki desain kemasan. Melalui kegiatan pengabdian yang terintegrasi dengan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Membangun Desa, dosen dan para mahasiswa bekerja sama dengan komunitas lokal untuk memberikan pengetahuan yang diperlukan agar UMKM dapat meningkatkan kualitas kemasan produk mereka.



Gambar 1. Kemasan Produk Kacang Barandang Salah Satu UMKM di Nagari Tigo Balai

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, diharapkan UMKM kacang di Nagari Lawang dapat meningkatkan daya saing mereka dalam pasar lokal maupun regional. Dengan kemasan produk yang lebih menarik dan strategi pemasaran yang lebih efektif, diharapkan UMKM dapat meningkatkan pendapatan mereka, menciptakan lapangan kerja tambahan, serta memberikan kontribusi yang lebih besar bagi pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat Nagari Tigo Balai secara keseluruhan.

METODE

Metode yang dilakukan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari beberapa tahap, yaitu:

1. Observasi

Kegiatan observasi diawali dengan pendataan produk kacang tanah yang diproduksi oleh UMKM di Nagari Tigo Balai. Setelah didapatkan data, kemudian dilanjutkan dengan observasi langsung ke tempat UMKM tersebut. Pada saat observasi langsung, selain pengamatan proses pembuatan dan juga pengemasan produk, para mahasiswa juga berkomunikasi dengan pemilik UMKM mengenai kepemilikan izin PIRT, rata-rata penjualan produk dan juga kendala yang dihadapi untuk inovasi desain kemasan produk mereka. Dari kegiatan observasi tersebut kemudian dilakukan pemetaan data dan analisis untuk pemilihan produk UMKM yang paling berpotensi untuk pendampingan inovasi desain produk kacang tanah barandang.

2. Analisis kandungan kacang tanah barandang

Setelah ditentukan UMKM yang akan didampingi, kemudian tahapan selanjutnya adalah analisis kandungan produk kacang tanah barandang yang diproduksi oleh UMKM tersebut. Untuk proses analisis, sampel produk yang diberikan oleh UMKM tersebut dianalisis proksimat yang bertujuan untuk mengetahui kandungan nutrisi dalam bahan pangan dan hasil pertanian lainnya (Yanti et al., 2022). Analisis dilakukan di Laboratorium Teknik Pengolahan Hasil Pertanian (TPHP) Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Andalas. Adapun parameter yang dianalisis untuk kacang tanah meliputi kadar air, kadar abu, kadar lemak, kadar protein, kadar karbohidrat, dan kalori. Metode yang digunakan untuk setiap analisis adalah metode gravimetri untuk kadar air (AOAC: 2005) dan kadar abu, metode soxhlet (AOAC: 2005) untuk kadar lemak, mikro kjehdal (AOAC: 2005) untuk analisis protein, dan metode *by-different* untuk karbohidrat (Badan Standardisasi Instrumen Pertanian Kementerian Pertanian, 2022).

3. Pembuatan desain kemasan dan Pendampingan

Kegiatan pembuatan desain dan pendampingan dilakukan setelah hasil analisis yang menjadi komponen informasi utama pada desain kemasan telah dilakukan dan didapatkan hasilnya. Pembuatan desain kemasan dilakukan oleh mahasiswa peserta kegiatan MBKM dengan arahan dari dosen pembimbing. Setelah kemasan kacang randang didesain, kemudian dilakukan pencetakan kemasan dalam jumlah 1000 buah. Proses desain sampai kemasan dicetak dilakukan selama dua bulan. Setelah itu, dilakukan pendampingan mengenai kemasan terbaru serta cara pengemasan menggunakan kemasan baru yang didesain kepada pelaku UMKM sebelum desain kemasan yang telah diproduksi sebanyak 1000 buah diserahkan kepada pemilik UMKM. Pada kegiatan pendampingan, pelaku UMKM juga diberikan pengetahuan cara menambah pesanan cetakan kemasan tersebut untuk pencetakan kebutuhan selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan pada Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) diawali dengan pengenalan dan pemahaman pentingnya desain kemasan yang menarik sebagai salah satu strategi untuk menunjang keberlangsungan suatu usaha. Pelaksanaan kegiatan pendampingan awal dilakukan sekaligus observasi produk UMKM langsung ke tempat produksi masing-masing UMKM. Berdasarkan hasil observasi yang bertujuan untuk pemilihan produk MBKM yang memiliki PIRT, terdapat dua UMKM yang memenuhi kriteria pembinaan desain kemasan tersebut, yaitu LBM dan ARYA. Adapun data PIRT dan kontak masing-masing UMKM ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Informasi Alamat dan PIRT UMKM yang Diberikan Pendampingan

No.	UMKM	Alamat	PIRT
1	LBM	Jorong Cubak Lilin, Nagari Tigo Balai, Kecamatan Matur, Kabupaten Agam	2151307010742-26
2	ARYA	Jorong Cubak Lilin, Nagari Tigo Balai, Kecamatan Matur, Kabupaten Agam	2151307010431-23

Pada kegiatan pendampingan, para pelaku UMKM juga diberikan informasi mengenai tahapan kegiatan yang dilakukan, yaitu analisis kandungan gizi dari produk UMKM tersebut beserta pembuatan desain kemasan produk yang menarik. Pada kegiatan kunjungan awal, selain pendataan PIRT, masing-masing UMKM juga diminta persetujuannya untuk menganalisis sampel produk mereka dan mendesain kemasan produk kacang tanah barandang. Produk UMKM ARYA memiliki kadar lemak total dan kadar protein total yang lebih tinggi dari LBM. Sedangkan untuk produk karbohidrat total, kandungan produk LBM lebih tinggi dibanding produk ARYA.

Tabel 2. Kandungan Gizi Kacang Tanah Barandang UMKM LBM dan ARYA

No.	Parameter	Kandungan (per merek)	
		LMB	ARYA
1	Lemak Total	27,40%	38,73%
2	Protein Total	12,63%	14,59%
3	Karbohidrat Total	53,22%	39,27%
4	Energi Total	1.581,89 kkal/gram	1.601,64 kkal/gram

Analisis produk UMKM dilakukan terhadap beberapa parameter seperti yang ditampilkan pada Tabel 2. Persentase kandungan masing-masing parameter dari hasil analisis yang didapatkan berlaku untuk 300 gram kacang tanah barandang yang dianalisis. Seperti yang terlihat pada table 2 terdapat perbedaan persentase komposisi dari lemak total, protein total dan karbohidrat total antara kacang tanah barandang produk UMKM LBM dan Arya. Berdasarkan persentase pada masing-masing produk maka diketahui untuk produk kacang tanah barandang LBM per 300 g saji terdapat 83,2 g kandungan lemak total, 37,89 g kandungan protein total dan 159,66 g kandungan karbonhidrat total. Sedangkan untuk produk kacang tanah barandang ARYA per 300 g saji terdapat 116,19 g kandungan lemak total, 37,89 g kandungan protein total, dan 159,66 g kandungan karbohidrat total. Satuan analisis per 300 g dilakukan, berdasarkan kapasitas dari desain kemasan produk yang akan dirancang. Persentase lemak total dari kacang tanah barandang lebih rendah dibanding dengan persentase komponen lemak jenuh kacang tanah yang belum melewati proses barandang berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Rahayu et al. (2020). Kandungan lemak jenuh yang lebih rendah setelah melewati proses perandangan,

menjadikan produk kacang tanah barandang lebih direkomendasikan dibanding kacang tanah tanpa melalui proses perendangan.



Gambar 2. Desain Kemasan Produk Kacang Tanah Barandang LBM yang Telah Melewati Tahap Redesign

Setelah hasil analisis berupa komposisi kandungan gizi kacang barandang didapatkan, kemudian desain kemasan untuk kedua produk UMKM memasuki proses perancangan. Selain informasi kandungan gizi, pada bagian belakang desain kemasan juga dicantumkan keterangan produk, no PIRT dan juga alamat serta kontak dari pemilik UMKM. Pencantuman kontak UMKM bertujuan agar memudahkan para konsumen yang membeli kacang dengan desain kemasan terbaru untuk dapat melakukan pembelian berkelanjutan dengan mengontak langsung pemilik UMKM melalui nomor yang tertera. Selain informasi tersebut, juga disediakan kolom keterangan tanggal kadaluarsa (*expired date*) dengan *highlight* putih. Pemberian *highlight* putih pada desain kemasan untuk slot informasi tanggal kadaluarsa bertujuan agar para pembeli lebih *aware* untuk mengecek tanggal kadaluarsa saat membeli sehingga tahu apakah produk yang dipasarkan masih layak jual.

Desain kemasan untuk kedua produk UMKM LBM dan ARYA dibedakan melalui pemberian warna seperti terlihat pada gambar 2 dan gambar 3. Pada gambar 2 terlihat desain kemasan produk LBM didominasi oleh warna merah tua, sedangkan untuk desain kemasan ARYA didominasi oleh warna oranje. Pemilihan warna merupakan salah satu elemen penting dan penentu dalam proses pembuatan desain kemasan. Warna pada desain kemasan merupakan hal pertama yang memberikan respon instan kepada konsumen dalam keinginan pembelian suatu produk (Permadi et al., 2015).



Gambar 3. Desain Kemasan Produk Kacang Tanah Barandang ARYA yang Telah Melewati Tahap Redesign

Pemilihan warna merah tua dan oranje yang tergolong dalam kategori warna mencolok diharapkan dapat menarik minat pembeli yang lebih tinggi dalam pemilihan produk LBM dan ARYA dibanding produk kacang barandang lainnya. Seperti yang tertulis pada penelitian terdahulu oleh Njoto (2016) dan Dwiputra & Aryani (2021) yang melakukan analisis pembelian berdasarkan beberapa variable, warna mencolok menjadi salah satu faktor penentu oleh para pembeli dalam memilih produk setelah cita rasa.



Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan, (a) Pendampingan Cara Pengemasan Produk dengan Design Kemasan yang Baru, (b) Penyerahan 100 Kemasan dengan Design Baru, dan (c) Penjelasan Mengenai Informasi Gizi serta Tanggal Kadaluausa pada Desain Kemasan yang Baru Kepada Pelaku UMKM

Setelah desain kemasan selesai dan disetujui untuk dilakukan pencetakan, selanjutnya desain dikirim ke produsen kemasan produk pangan. Masing-masing kemasan UMKM dengan desain baru diberikan seribu cetak kemasan yang dapat digunakan untuk tahapan pertama transformasi kemasan dalam penjualan mereka. Setelah kemasan selesai dicetak, kemudian dilakukan pendampingan kepada UMKM mengenai penggunaan kemasan dengan desain baru, manfaat dan inovasi yang dapat mereka lakukan dalam segi marketing penjualan dengan desain kemasan produk yang baru, serta informasi dan tahapan yang dapat dilakukan jika ingin melakukan pencetakan ulang. Setelah proses pendampingan dilakukan, kemudian dilakukan penyerahan seribu desain kemasan yang telah dicetak serta pengisian produk pada beberapa kemasan dengan arahan dari para dosen pendamping seperti terlihat pada gambar 4. Pada proses pendampingan selain penjelasan mengenai desain kemasan terbaru produk kacang tanah barandang, para pelaku UMKM juga diberikan arahan mengenai peluang mereka untuk memasarkan produk mereka di market place dengan desain kemasan yang baru.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian telah memfasilitasi analisis kandungan gizi dan menghasilkan re-desain kemasan untuk dua produk kacang tanah barandang UMKM di Nagari Tigo Balai. Dengan desain kemasan yang baru, produk UMKM telah didampingi untuk teknik pengemasan produk terbaru dan peluang untuk memasarkan produk lebih luas melalui platform marketplace. Berdasarkan hasil diskusi pada kegiatan pendampingan, kegiatan pendampingan redesign kemasan ini sangat berperan penting bagi pelaku UMKM agar

produk yang mereka pasarkan lebih menarik dan menarik minat dan daya beli para pembeli lebih tinggi lagi. Kedepannya, setelah inovasi kemasan, diperlukan pendampingan lanjut mengenai inovasi teknik perendangan untuk meningkatkan kualitas kacang tanah barandang yang dihasilkan, terutama dari segi visual kulit kacang barandang yang dipasarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Sumatera Barat. (2023). Luas panen, produksi, dan produktivitas kacang tanah 2020-2022. <https://sumbar.bps.go.id/indicator/53/60/1/luas-panen-produksi-dan-produktivitas-kacang-tanah.html>
- Badan Standardisasi Instrumen Pertanian Kementerian Pertanian. (2022). Balai pengujian standar instrumen tanaman aneka kacang. <https://bsip.pertanian.go.id/layanan/pengujian-dan-kesesuaian-standar/balai-pengujian-standar-instrumen-tanaman-aneka-kacang>
- Dinas Tanaman Pangan Holtikultura dan Perkebunan Provinsi Sumatera Barat. (2021). Laporan akuntabilitas kinerja instansi pemerintah.
- Dwiputra, Y. K., & Aryani, T. N. (2021). Analisis pengaruh ilustrasi pada kemasan "Kemripik" terhadap minat beli alumni SMA PL Servasius Bekasi. *Tuturrupa*, 3(2), 1.
- Hartanti, M., & Nurviana, N. (2019). Kajian kesiapan masyarakat menerima penggunaan teknologi augmented reality studi kasus: Desain kemasan oleh-oleh UMKM khas Jawa Barat. *Jurnal Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya*. https://doi.org/10.12962/iptek_desain.v1i18.5084
- Khaira, U., Suratno, T., Noverina, Y., Abidin, Z., & Hutabarat, B. F. (2022). Pembuatan konten dan digital marketing sebagai upaya peningkatan pemasaran produk UMKM Kecamatan Danau Teluk. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Khairad, F. (2020). Analisis wilayah sentra produksi komoditas unggulan pada subsektor tanaman pangan dan tanaman hortikultura di Kabupaten Agam. *AgriFo: Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*. <https://doi.org/10.29103/ag.v5i1.2958>
- Laduni, P., Rahaningsih, N., & Bahtiar, A. (2023). Perancangan desain kemasan UKM Cemil Nih di Cirebon. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*.
- Njoto, T. K. (2016). Cita rasa dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen Bumi Anugerah. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(4), 455–463.
- Nurussama, N., & Barovih, G. (2018). Pelatihan dan pendampingan kepada pengusaha usaha mikro, kecil dan menengah produsen pia Kota Palembang. *Comvice: Journal of Community Service*. <https://doi.org/10.26533/comvice.v2i2.158>
- Pemerintah Kabupaten Agam. (n.d.). Perdana dalam sejarah Bupati Agam kunjungi jorong terisolir | Website resmi Pemerintah Kabupaten Agam. Retrieved March 30, 2024, from <https://www.agamkab.go.id/Agamkab/detailberita/1143/perdana-dalam-sejarah-bupati-agam-kunjungi-jorong-terisolir-.html>
- Permadi, D. T., Susatyo, N. W. P., & Pujotomo, D. (2015). Perancangan desain kemasan

makanan ringan olahan pada UMKM Center Jawa Tengah dengan metode Kansei engineering. *Teknik Industri*.

Prameswari, N. S., Haq, M. D., Gunadi, G., & Widagdo, P. B. (2021). Strategi pembentukan citra produk UKM melalui perancangan desain kemasan Stick Snack "Sabilla Djaya." *Citradinga: Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Intermedia*.

Pratiwi, R., & Nizam, A. (2021). Pengaruh desain kemasan produk dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh kesadaran merek Air Minum Cleo di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*.

Rahayu, A., Rahayu, M. S., & Manik, S. E. (2020). Peran berbagai sumber N terhadap pertumbuhan dan produksi berbagai varietas tanaman kacang tanah (*Arachis hypogaea* L). *Ilmu Pertanian*, 8(April), 2–5.

Ramadhan, T. P. (2019). Peran visualisasi label kemasan produk minuman usaha mikro kecil menengah (UMKM) terhadap pengambilan keputusan konsumen. *ARTic*. <https://doi.org/10.34010/artic.2019.3.2489.103-112>

Sanjaya, P. B., & Kamal, N. (2021). Perancangan visual identity Kacang Barandang Buk Nini di Nagari Lawang Kec. Matur. *VCoDe: Visual Communication Design Journal*, 1(1), 51.

Yanti, D., Permata, D. A., & Lendrawati, L. (2022). Analisis kandungan gizi produk UMKM Bilih 7 Muaro. *Jurnal Teknologi Pertanian Andalas*.

@2024 Yanti et al.

This is an open access article licensed under the terms of a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>).