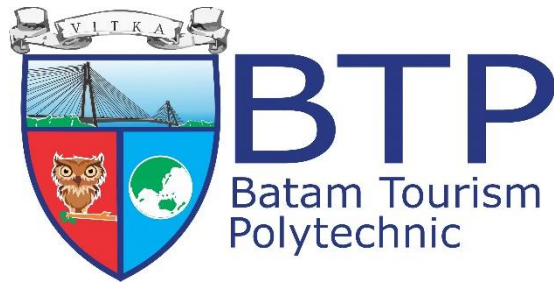


**LAPORAN KEGIATAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



JUDUL

**Upaya Pembinaan Masyarakat Pulau Bulang Dalam Meningkatkan Produksi
Melalui *Packaging* Makanan Industri Rumah Tangga**

PENGABDI

Miratia Afriani S.ST., MH

1018129201

Agung Arif Gunawan M.M.Par

1006117903

Rosnendya Wisnu Wardhana M.Si

1017087602

**PROGRAM STUDI MANAJEMAN KULINER
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM
NOVEMBER 2022**

HALAMAN PENGESAHAN
PROPOSAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jenis Pengabdian : Sosialisasi Industri Rumah Tangga
Judul Pengabdian : Upaya Pembinaan Masyarakat Pulau Bulang
Dalam Meningkatkan Produksi Melalui *Packaging* Makanan Industri Rumah
Tangga

Ketua Kegiatan

- a. Nama Lengkap : Miratia Afriani S.ST., MH
- b. NIDN : 1018129201
- c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli (AA)
- d. Program Studi : Manajemen Kuliner
- e. Nomor HP : 081372159421
- f. Alamat surel (*e-mail*) : miratiaafriani@gmail.com

Anggota 1

- a. Nama Lengkap : Agung Arif Gunawan M.M.Par
- b. NIDN : 1006117903
- c. Jabatan Fungsional : Asistem Ahli (AA)
- d. Program Studi : Manajemen Kuliner
- e. Nomor HP : 08121444324
- f. Alamat surel (*e-mail*) :

Anggota 2

- a. Nama Lengkap : Rosnendya Wisnu Wardhana
- b. NIDN : 1017087602
- c. Jabatan Fungsional : -
- d. Program Studi : Manajemen Kuliner
- e. Nomor HP : 081274567832
- f. Alamat surel (*e-mail*) : Rosnendya@gmail.com

Biaya yang diusulkan : Rp. 2.000.000

Batam, 16 November 2022

Mengetahui
Ketua Program Studi

Ketua Kegiatan Pengabdian



Rossi Oktavia PR., MM.Par
NIDN : 1007109204

Miratia Afriani S.ST., MH
NIDN: 1018129201

Menyetujui
Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat

Dr. Agung Edy Wibowo. S.E., M.Si
NIDN : 1010078601

KATA PENGATAR

Segala puji dan syukur kami ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada kami Dosen Program Studi Manajemen Kuliner Politeknik Pariwisata Batam untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat (PKM) sebagai salah satu pengejawantahan dari Tridharma Perguruan Tinggi. PKM yang dilaksanakan berjudul Sosialisasi Pendidikan Kepariwisata Kepada Ibu-ibu Pulau Bulang.

Kegiatan PKM tersebut dapat terlaksana berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini perkenankanlah kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak M. Nur A Nasution, S.Sos., M.Pd., CHA selaku Direktur Politeknik Pariwisata Batam.
2. Ibu Rossi Oktavia PR., MM.Par_Kaprodi Manajemen Kuliner Politeknik Pariwisata Batam.
3. Bapak Dr. Agung Edy Wibowo. S.E., M.Si. selaku Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (PUSLITABMAS) Politeknik Pariwisata Batam.
4. Bapak Lurah dan Ibu-ibu pulau Bulang
5. Berbagai pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu yang telah membantu terlaksananya kegiatan PKM ini.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini tentu masih belum mencapai target ideal karena keterbatasan waktu yang tersedia. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, menurut kami perlu kiranya dilakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di lain waktu sebagai kelanjutan kegiatan tersebut. Namun demikian, besar harapan kami semoga PKM ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Batam, 16 November 2022

Pengabdian Kepada Masyarakat

Team

RINGKASAN

Sosialisasi Pengemasan Makanan

Bentuk pariwisata di Indonesia adalah model perkembangan pariwisata berbasis desa wisata. Melalui industri kreatif semakin maju karena dapat diaplikasikan dalam berbagai sektor salah satunya adalah pariwisata. Pengembangan wisata merupakan salah satu fokus pemerintah pusat sebagai upaya perbaikan pertumbuhan ekonomi. Perkembangan sektor pariwisata memiliki hubungan dengan perekonomian yang bertujuan sebagai peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal yang tinggal disekitar lokasi wisata. Industri kreatif melalui pariwisata memiliki bentuk yang berbeda dengan unsur khas kebudayaan dan tradisi desa yang memiliki lokasi wisata tersebut. Proses pengembangan desa wisata dalam meningkatkan ekonomi daerah melalui pengemasan produk diperlukan peran kelembagaan sebagai wadah dalam menghimpun aspirasi dan penunjang keberhasilan sektor wisata dan meningkatkan ekonomi masyarakat khususnya untuk wilayah Pulau Bulang.

DAFTAR ISI

KATA PENGATAR	3
RINGKASAN.....	4
DAFTAR ISI	5
DAFTAR LAMPIRAN	6
BAB I PENDAHULUAN	7
1.1. Sosialisasi.....	7
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT MITRA	9
BAB III METODE PELAKSANAAN	11
3.1. Khalayak Sasaran	11
3.2. Metode Kegiatan	11
3.3. Langkah - Langkah Kegiatan.....	12
3.4. Faktor Pendukung dan Penghambat	12
BAB IV HASIL YANG DICAPAI DAN PEMBAHASAN.....	13
4.1. Hasil	13
4.2. Pembahasan.....	13
BAB V PENUTUP	14
5.1. Kesimpulan.....	14
5.2. Saran-saran.	15
DAFTAR PUSTAKA	16
LAMPIRAN	17

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Penggunaan dana

Lampiran 2. Bukti-bukti Dokumen pendukung kegiatan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Sosialisasi

Kuliner di Kota Batam sangat banyak sekali pilihannya, mulai dari makanan Internasional, nasional hingga makanan khas daerah. Tidak hanya makanan khas daerah melayu atau kuliner khas Kepulauan Riau saja yang dapat ditemui, namun makanan khas daerah pendatang juga turut mewarnai suasana kuliner di Kota Batam, diantaranya bermunculan industri-industri rumahan dalam menginovasikan produk makanan yang telah dihasilkan untuk dijual kembali guna menarik minat konsumen. Dengan kondisi ini secara tidak langsung menimbulkan persaingan yang semakin ketat, dan memacu para pengusaha kuliner untuk menetapkan orientasi kepuasan konsumen sebagai tujuan utamanya untuk menjaga kelangsungan dari perusahaan tersebut. Langkah lain yang bisa ditempuh untuk menghadapi persoalan ini yaitu industri rumah tangga di tuntut untuk selalu berinovasi selain produk yang dihasilkan tetapi juga kemasan produk tersebut sehingga perlu benar-benar memahami dinamika selera konsumen yang menjadi target pasar utama, dan bagaimana upaya serta cara yang dapat memuaskan para konsumen.

Menurut Lupiyoadi (2014), dalam menentukan kepuasan konsumen terdapat lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan antara lain : (1) Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. (2) Kualitas Pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. (3) Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. (4) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan. (5) Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi. Sehingga akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Tjiptono (2008) menyatakan bahwa “Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon konsumen terhadap evolusi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan aktual produk yang dirasakan, yang dirasakan setelah pemakaiannya. Konsumen akan merasa puas apabila keinginan, kebutuhan serta harapannya dapat terpenuhi dengan baik. Dalam menjalankan sebuah usaha ataupun bisnis, hal yang paling terpenting ialah kepuasan konsumen. Ketika seorang konsumen merasa puas dengan produk ataupun jasa yang ditawarkan, maka hal ini mampu menjadikan konsumen tersebut menjadi seorang konsumen yang loyal, bahkan secara langsung akan turut merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. (Saidani & Arifin, 2012)

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis pada kesempatan ini akan melakukan inovasi dan terobosan terbaru dalam meningkatkan kualitas produk melalui *packaging*/kemasan guna memenuhi kepuasan konsumen dengan menerapkan beberapa hal yang akan dijadikan pertimbangan dalam inovasi *packaging* produk yang dihasilkan industri rumah tangga yang ada di kota batam khususnya kawasan sagulung, dengan diadakan inovasi ini agar para pengusaha industri rumahan dapat bersaing dengan kompetitor yang lain yang disesuaikan dengan perkembangan zaman saat ini. Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik judul Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu Bagaimana konsep dalam meningkatkan produksi berkaitan dengan kepuasan konsumen melalui *packaging* makanan industri rumah tangga?

BAB II

GAMBARAN UMUM MASYARAKAT MITRA

A. Letak Geografis

Visinya Pemerintah Kecamatan Bulang :

“ Terwujudnya Bulang Maju, Mandiri dan Berbudaya Berlandaskan Iman dan Taqwa”

Misi Pemerintah Kecamatan Bulang antara lain :

1. Meningkatkan profesionalisme dan Kinerja melalui Peningkatan Sarana dan Prasarana serta peningkatan SDM Aparatur Kecamatan Bulang;
2. Memacu laju pertumbuhan ekonomi kerakyatan dengan mengembangkan perdagangan, perikanan yang berteknologi maju dan pertanian sebagai kawasan peyangga Kota Batam;
3. Meningkatkan pembangunan infrastruktur pelayanan umum dan pelayanan sosial;

Kecamatan Bulang dengan luas wilayah 463 Ha yang terdiri dari 6 Kelurahan yaitu Pantai Gelam, Temoyong, Pulau Setokok, Batu Legong, Bulang Lintang dan Pulau Buluh ini, juga memiliki kawasan perairan yang cukup luas, dengan jumlah penduduk sebanyak 9.431 jiwa (2007). Sekolah yang ada di Kecamatan Bulang terbagi atas 11 SD Negeri, 3 SMP Negeri dan 1 SMP Swasta serta 1 SMA Negeri dengan jumlah murid 1310 orang untuk Sekolah Dasar, 448 orang untuk murid SMP dan 102 orang untuk murid SMA. Sedangkan banyak nya tenaga pengajar sebanyak 73 guru SD, 32 guru SMP dan 19 guru SMA (data 2006) , serta 7 sekolah agama mulai dari tingkat MI hingga MA dengan 3 Pesantren.

Untuk Pelayanan Kesehatan kepada masyarakat, di Kecamatan Bulang terdapat 1 Puskesmas, 6 Puskesmas Pembantu, 3 Puskesmas Keliling, dan 1 Polindes dengan jumlah tenaga kesehatan sebanyak 2 dokter umum, 1 dokter gigi, 4 bidan desa dan 10 dukun beranak (data 2006). Kerukunan umat

beragama di Kecamatan Bulang pun terjalin dengan baik antar umat beragama, dimana terdapat 26 Masjid dengan 2 Mushola, 1 Gereja untuk pemeluk Katholik serta 1 Vihara untuk umat Budha. Kegiatan Kemasyarakatan dan Kesejahteraan Sosial pun di Kecamatan Bulang cukup banyak, terdapat 25 Tenaga Kesejahteraan Sosial Masyarakat dan 6 Karang Taruna. Meskipun daerah perairan lebih luas namun cukup banyak rumah tangga yang bergerak di sektor pertanian yaitu sebanyak 328 Rumah tangga, dengan hasil produksi tanaman Palawija sebanyak 171 ton dengan luas areal tanam seluas 42 Ha untuk tanaman Palawija. Sedangkan untuk tanamanan Sayur-sayuran pada areal tanam 167 Ha, menghasilkan 620 ton untuk 12 varietas tanaman sayur-sayuran (2006). Tak kalah dengan hasil produksi tanaman palawija dan sayuran, hasil produksi buah-buahan pun cukup banyak. Dengan luas areal tanam 73 Ha mampu menghasilkan 333 ton hasil tanam buah-buahan dari beberapa jenis tanamana buah-buahan.

Daerah yang dikeliling laut menjadikan masyarakat di Kecamatan Bulang hampir semuanya menjadikan nelayan ataupun pembudidaya hasil laut sebagai mata pencaharian. Terdapat 1.447 Rumah tangga yang menjalankan Perikanan laut dengan hasil 1.476 ton dan 1.305 rumah tangga yang bergerak di budidaya laut dengan hasil 1.331 ton dengan hasil perikanan mencapai 5.880 ton dimana nilai produksi mencapai Rp 14 miliar (2007). (Arsip skpd, 2022)

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran pada penyuluhan hari ini ke masyarakat pulau Bulang dalam upaya meningkatkan produk melalui *packaging* di industri rumah tangga. Pentingnya bahwa 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.. Adapun yang menjadi narasumber dalam kegiatan ini adalah dosen Program Studi Manajemen Kuliner.

3.2. Metode Kegiatan

Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan untuk mengatasi permasalahan adalah sebagai berikut :

1. Penyuluhan *Face to face*

Memberikan materi tentang “Upaya Pembinaan Pulau Bulang Dalam Meningkatkan Produksi Melalui *Packaging* Makanan Industri Rumah Tangga”, ini pada dasarnya adalah kegiatan untuk memberikan pengetahuan kepada para pelaku usaha khususnya dibidang industri kuliner untuk lebih meningkatkan kualitas yang tidak hanya dari segi produknya saja tetapi mengikuti perkembangan jaman melalui *design packaging* produk sehingga mempunyai nilai jual yang lebih tinggi lagi dibanding sebelumnya.

2. Materi penyuluhan

Mengenai produk yang dijual berkaitan dengan kualitas produk dan kemasan.

3. Tanya Jawab *Audience*

Memberikan kesempatan kepada seluruh *audience* untuk bertanya sesuai dengan materi yang telah diberikan.

3.3. Langkah - Langkah Kegiatan

Adapun langkah-langkah kegiatan yang dilakukan adalah pendampingan secara intensif dengan tahapan sebagai berikut:

1. Memberikan seminar tentang dasar produk dan kualitas produk
2. Memberikan seminar materi kemasan produk
3. Motivasi langsung terhadap para *audience* selaku pengusaha industri rumahan
4. Diskusi dan tanya jawab kiat-kiat mengembangkan usaha

3.4. Faktor Pendukung dan Penghambat

Berdasarkan evaluasi pelaksanaan dan hasil kegiatan dapat diidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan program pengabdian pada masyarakat ini. Secara garis besar faktor pendukung dan penghambat tersebut adalah sebagai berikut:

1) Faktor Pendukung

- a. Keikutsertaan semua pelaku bidang industri rumah tangga
- b. Antusiasme dari karyawan selaku *audience* serta memberikan semangat baru kepada para pengusaha dibidang kuliner
- c. Berbagi ilmu dan pengalaman antar pengusaha dan dosen

2) Faktor Penghambat

Keterbatasan waktu untuk pelaksanaan materi.

BAB IV

HASIL YANG DICAPAI DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil

Kegiatan PKM yang dilaksanakan dengan penyuluhan masyarakat Kav Pelopor Sagulung dalam upaya meningkatkan produk melalui *packaging* di industri rumah tangga. Pentingnya bahwa kemasan memiliki peranan cukup penting bagi suatu produk. Selain berfungsi sebagai pelindung produk, kemasan juga secara tidak langsung menggambarkan jati diri produk itu sendiri. Kegiatan ini dilaksanakan yaitu pada September 2022 dari pukul 09.30 sampai dengan 12.00 WIB.

Pelaksanaan kegiatan PKM ini dilakukan oleh 3 (tiga) orang tim pengabdian dengan pokok bahasan yang disampaikan mengenai:

1. Apa itu produk?
2. Mengapa kualitas produk itu penting?
3. Mengapa *packaging* mempengaruhi kualitas produk?
4. Tanya jawab

4.2. Pembahasan

Hasil kegiatan PKM secara garis besar mencakup beberapa komponen sebagai berikut:

1. Keberhasilan target jumlah peserta dalam penyuluhan
2. Ketercapaian tujuan seminar tentang upaya meningkatkan produk melalui *packaging* di industri rumah tangga
3. Ketercapaian target materi yang telah direncanakan
4. Kemampuan peserta dalam merespon materi seminar

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa target peserta tercapai 100%. Angka tersebut menunjukkan bahwa kegiatan PKM dilihat dari jumlah peserta yang mengikuti dapat dikatakan berhasil/sukses. Ketercapaian tujuan secara umum sudah baik, namun keterbatasan waktu yang disediakan mengakibatkan tidak semua materi dapat disampaikan secara detail. Dilihat dari hasil, para peserta yaitu antusias keingintahuan tentang penyuluhan hari ini ke masyarakat.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Kotler dan Amstrong (2012) mendefinisikan “packaging involves designing and producing the container or wrapper for a product” yang artinya adalah proses kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi, fungsi utama dari kemasan sendiri yaitu untuk melindungi produk agar produk tetap terjaga kualitasnya. Menurut Titik Wijayanti (2012), Kemasan mempunyai tujuan dan fungsi dalam pembuatan produk, yaitu:

- a. Memperindah produk dengan kemasan yang sesuai kategori produk.
- b. Memberikan keamanan produk agar tidak rusak saat dipajang ditoko.
- c. Memberikan keamanan produk pada saat pendistribusian produk. d. Memberikan informasi pada konsumen tentang produk itu sendiri dalam bentuk pelabelan.
- d. Merupakan hasil desain produk yang menunjukkan produk tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2012), Kemasan yang baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan.

Beberapa faktor yang memiliki kontribusi penggunaan kemasan sebagai alat pemasaran :

- a. Swalayan, kemasan yang efektif melaksanakan tugas dalam penjualan: menarik perhatian, menggambarkan fitur produk, menciptakan keyakinan konsumen, dan membuat kesan menyenangkan.
- b. Kekayaan Konsumen, peningkatan kekayaan konsumen membuat mereka bersedia membayar lebih besar untuk kenyamanan, penampilan, keandalan, dan gengsi kemasan yang lebih baik.
- c. Perusahaan dan Citra Merek, kemasan mempunyai peran terhadap pengakuan segera atas perusahaan atau merek.
- d. Peluang Inovasi, kemasan yang inovatif dapat membawa manfaat besar bagi konsumen dan laba bagi para produsen.

Menurut Nillson & Ostrom (2005) dalam Cahyorini & Rusfian (2011), variabel desain kemasan terdiri dari 3 dimensi, yaitu: desain grafis, struktur desain, dan informasi produk. (Susetyasari T, 2012)

5.2. Saran

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini diharapkan mampu meningkatkan ekonomi daerah masyarakat pulau bulang khususnya industri rumah tangga dalam meningkatkan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsip skpd. (2022). *No Title*. Batam.Go.Id.
<https://arsipskpd.batam.go.id/batamkota/skpd.batamkota.go.id/bulang/profil-bulang/history/index.html>
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22.
- Susetyasari T. (2012). Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 4(3), 19–28. <https://media.neliti.com/media/publications/132997-ID-kemasan-produk-ditinjau-dari-bahan-kemas.pdf>

LAMPIRAN

1. Penggunaan dana;

Tabel 5.1 Penggunaan dana Kegiatan PKM

NO	NAMA BARANG	HARGA	KET
1	ATK	Rp. 500.000	
2	Bener, Sounsistem	Rp. 500.000	
3	Transportasi	Rp. 100.000	
4	Biaya Publikasi	Rp. 100.000	
5	Dokumentasi	Rp. 100.000	
6	Snack, Makanan, dan Minuman	Rp. 700.000	
	Jumlah	Rp. 2.000.000	

2. Bukti-bukti Dokumen pendukung kegiatan.



