



MODEL PEMBERDAYAAN EKONOMI UMKM BIDANG MAMIN (MAKANAN DAN MINUMAN) BERBASIS PADA APLIKASI TEKNOLOGI PERANCANGAN DESAIN KEMASAN PRODUK BERORIENTASI PADA INDUSTRI 4.0 DI SIDOARJO

Oleh :

- Prof. DR. Dra. Ec. Musriha ,Msi.
- DR. Dra. Ec. Siti Rosyafah, MM.

Tujuan Kegiatan

1. Untuk mengetahui factor-factor yang menjadi pendukung dan kendala dalam pengembangan model pemberdayaan UMKM produk mamin melalui aplikasi teknologi perancangan desain kemasan berorientasi pada industry 4.0 di Kecamatan Geluran Sidoarjo
2. Untuk melakukan pengembangan model pemberdayaan UMKM produk mamin melalui aplikasi teknologi perancangan desain kemasan dan penjualan produk berdasarkan pada industry 4.0 melalui aplikasi Gojek (Gofood), dan Facebook

Manfaat Kegiatan

1. Dapat digunakan untuk identifikasi factor determinan pendukung dan kendala pengembangan model pemberdayaan UMKM produk mamin melalui aplikasi teknologi perancangan desain kemasan berorientasi pada industry 4.0 di Kecamatan Geluran Sidoarjo
2. Digunakan untuk Menyusun rancangan pengembangan model pemberdayaan UMKM produk mamin melalui aplikasi teknologi desain kemasan dan penjualan produk berdasarkan pada industry 4.0 melalui aplikasi Gojek (Gofood), dan Facebook.

Pengertian Kemasan

- Menurut Cenadi (2000) kemasan dapat didefinisikan sebagai seluruh kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus suatu produk.
- Terdapat 3 alasan utama melakukan pembungkusan:
 1. Kemasan memenuhi syarat keamanan dan kemanfaatan
 2. Kemasan dapat melaksanakan program pemasaran
 3. Kemasan merupakan suatu cara untuk meningkatkan laba perusahaan

Impulsive Buying dan Efek dari Desain Kemasan

- Definisi: - Impulsive buying menurut Rook D. W (1987) dalam Cahyorini dan Rusfian (2011) adalah sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli secara spontan, reflek, tiba tiba, dan otomatis. Impulsive buying terjadi pada saat konsumen masuk ke toko ritel dan membeli produk yang ada tanpa merencanakan sebelumnya, adalah suatu bentuk keberhasilan dari desain kemasan yang dibuat.
- Efek desain kemasan
 - Dengan adanya factor impulsive buying pada konsumen merupakan peluang bagi seorang desainer kemasan untuk mengundang minat onsumen dalam membuat keputusan membeli

Kriteria Standardisasi SNI Untuk Kemasan

1. Nama Produk
2. Penjelasan Produk
3. Daftar bahan yang digunakan
4. Berat bersih atau isi bersih
5. Nama dan alamat
6. Keterangan Halal
7. Tanggal, bulan, dan tahun kadaluarsa
8. Nilai gizi
9. Klaim

(Undang Undang RI No. 7 Tahun 1996 Tentang Label Pangan)

Ruang Lingkup Usaha

- **CV. Budi Lestari** adalah usaha perdagangan umum dan jasa yang bergerak dibidang jasa pelayanan kemasan produk makanan dan minuman di Sidoarjo dengan merk dagang **DiLan** yang meliputi:
 - Jasa Konsultasi manajemen dan kajian
 - Jasa desain kemasan produk makanan dan minuman
 - Sistem pemasaran secara offline dan online melalui Facebook dan aplikasi GoJek (GoFood)

Produk Mamin yang dihasilkan

1. Produk sambal terasi

Cara Pengemasan : - Setelah sambal selesai diolah didiamkan sampai hangat kuku kemudian dimasukkan dalam botol plastic dan ditutup dengan aluminium kemudian dimasukkan ke alat pengepres, diberi label kemudian disegel dengan plastic segel yang dipanaskan menggunakan hairdryer agar tahan lama



2. Produk Bumbu Rawon

Cara Pengemasan : - Bumbu rawon yang sudah matang dalam keadaan hangat dimasukkan dalam botol kemasan yang ditutup dengan aluminium foil, dipress dengan alat pengepres kemudian diberi label



3. Produk Bawang Goreng

Cara Pengemasan : - Bawang merah yang sudah digoreng ditiriskan dengan menggunakan alat spinner agar kandungan minyaknya berkurang sehingga menghasilkan bawang goreng yang lebih garing dan renyah serta tahan lama setelah itu dimasukkan dalam kemasan botol yang ditutup dengan aluminium foil, dipress dengan alat pengepres sehingga dapat bertahan sampai dengan 2-3 bulan.



Terima Kasih