INOVASI PACKAGING DAN VARIAN RASA TERHADAP KUE SUS DI DAERAH PANGKEMIRI KECAMATAN TULANGAN KABUPATEN SIDOARJO

Ainur Fahktur Rokhmah[1,*], Afifatus Sholikhah[2], Nur Aini Afdillah[3], Sabrina Ainur Haliza[4,], Sakina Nur Hayati[5], Whindi Ayu Mayrena[6]
Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo

*Penulis Koresponden :
Email : ainurfahktur@gmail.com

Riwayat Artikel :
Diterima Maret 2025
Direvisi April 2025
Disetujui Mei 2025
Diterbitkan
Mei 2025

Link Jurnal :
https://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/PkM/index

Abstract
MSMEs in Indonesia are currently developing very rapidly. The business in the food industry that is in demand is the cake food industry. The development of the times is quite rapid so that many businesses have emerged in the cake food industry that sell various kinds of dry eclairs. Dry eclairs are a type of soft and dry cake which can be filled with various flavors. And this food is liked by many people because of its savory texture which makes everyone addicted, especially when it is covered in chocolate flavor. This dry milk is usually found in various cake shops or local agents to be sold as snacks for certain events such as guests, celebrations or holidays. One of them is ADIA RASA DRY SUS Cake UMKM. These MSMEs provide employment opportunities for the local community and also have a creative nature that can generate new ideas. This research aims to add flavor variants and change the packaging for ADIA RASA DRY SUS Cake MSMEs. This data collection technique is through interviews using a qualitative descriptive approach method. This research was located in Pangkemiri village Rt.04 Rw.01, Tulangan, Sidoarjo.

Keyword : MSMEs, Dry eclairs, Packaging and flavor variants

Abstrak
UMKM di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat. Usaha dalam industri makanan yang diminati adalah industri makanan kue. Adanya perkembangan zaman yang cukup pesat sehingga banyak bermunculan usaha-usaha dalam industri makanan kue yang menjual berbagai macam kue Sus kering. kue sus kering merupakan jenis kue yang lembut dan kering yang didalamnya yang dapat di isi dengan berbagai macam rasa. Dan makanan ini itu banyak disukai oleh khalayak ramai karena bertekstur gurih yang membuat semua orang ketagihan apalagi di balut dengan rasa coklat didalamnya. Sus kering ini biasanya sering dijumpai diberbagai toko kue atau agen disekitar untuk diperjualkan dalam kudapan acara tertentu seperti ada tamu, hajatan, ataupun hari raya. Salah satunya adalah UMKM Kue SUS KERING ADIA RASA. UMKM ini membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat setempat dan juga memiliki sifat kreatif yang dapat memunculkan ide-ide baru. Penelitian ini bertujuan untuk menambah varian rasa dan pengubahan packaging terhadap UMKM Kue SUS KERING ADIA RASA. Teknik pengumpulan data ini melalui wawancara dengan menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini berlokasi di desa Pangkemiri Rt.04 Rw.01, Tulangan, Sidoarjo.

Kata kunci : UMKM, Kue Sus Kering, Packaging dan Varian Rasa

I. PENDAHULUAN

Usaha dalam industri makanan yang diminati adalah industri makanan kue. Adanya perkembangan zaman yang cukup pesat sehingga banyak bermunculan usaha-usaha dalam industri makanan kue yang menjual berbagai macam kue. Pengusaha kue memikirkan banyak inovasi baru untuk terus mengembangkan bisnisnya. Salah satunya yaitu dengan membuat dari segi rasa baru dan kemasan baru yang mengikuti pada jaman sekarang. Kue kering adalah jenis kue yang biasanya memiliki konsistensi yang lebih keras dan renyah daripada kue basah atau kue lembut lainnya. Istilah "kue kering" digunakan untuk merujuk pada berbagai macam kue yang umumnya memiliki kadar air yang rendah dan biasanya dibuat dengan cara dipanggang atau dikeringkan. Kue kering sering kali memiliki rasa manis dan sering dihiasi dengan berbagai topping atau bahan tambahan seperti kacang, cokelat, atau buah-buahan kering. Makanan ini sering disajikan sebagai camilan atau hidangan penutup di berbagai acara atau festival, dan merupakan bagian penting dari tradisi makanan dalam banyak budaya di seluruh dunia. Salah satunya yaitu kue sus kering yang banyak diminati masyarakat dari khalangan anak-anak hingga orang tua.

Sejarah berdirinya UMKM SUS KERING ADIA RASA ini pada tahun 2012. Sebelum usaha ini berdiri bapak fathoni yang sekarang menjadi pemilik utamanya, dahulunya merupakan karyawan dari usaha dagang ROTI AYU. Lalu, beliau mulai mengembangkan usaha sendiri dengan memiliki modal dan kemampuannya dalam membuat sus kering dan juga dorongan pemilik usaha dagang ROTI AYU untuk membuka sendiri. Maka bapak fathoni menyulap rumah belakang alias gudang yang tidak dipake menjadi gedung produksi sus kering, dan sekarang sus kering memiliki 2 variasai yaitu sus kering original dan sus kering coklat.

Sus kering merupakan jenis kue yang lembut dan kering yang didalamnya yang dapat di isi dengan berbagai macam rasa. Dan makanan ini itu banyak disukai oleh khalayak ramai karena bertekstur gurih yang membuat semua orang ketagihan apalagi di balut dengan rasa coklat didalamnya. Sus kering ini biasanya sering dijumpai diberbagai toko kue atau agen disekitar untuk diperjualkan dalam kudapan acara tertentu seperti ada tamu, hajatan, ataupun hari raya.

Dalam pembahasan lebih lanjut peneliti akan meneliti mengenai packaging dan varian rasa terhadap kue SUS KERING ADIA RASA. Untuk membantu usaha kue SUS KERING ADIA RASA peneliti perlu melakukan kegiatan pengabdian masyarakat.

Saat ini kemasan dalam produk SUS KERING ADIA RASA menggunakan tiga varian kemasan yaitu yang pertama kemasan berupa plastik yang di press, yang kedua kemasan yang diklip dan yang ketiga berupa plastik yang di ikat dengan tali rafia. Kemasan yang dipress ini menggunakan alat yang bernama Hand Sealer, kemasan yang di klip dan yang di ikat tali rafia ini berupa kemasan pada umumnya. kegunaan kemasan bermacam-macam

Penutupan ini bertujuan agar mendapatkan hasil yang baik, menempel dengan baik, kedap udara, dan menjaga kualitas produk. Namun, tiga kemasan tersebut mempunyai kelebihan masing-masing tetapi untuk daya peminat konsumen di zaman sekarang bisa dikatakan kurang menarik dikarenakan komposisi warna yang tidak sesuai dan logo yang ditampilkan kurang masuk dengan tampilan kemasannya sehingga membuat konsumen kurang tertarik untuk melihat kemasan varian tersebut serta varian macam rasa kurang beraneka ragam jenisnya



Gambar 1. Kemasan Kue Sus Kering saat ini



Gambar 2. Gambar 2a
logo kue sus kering original saat ini. Gambar 2b logo kue sus kering cokelat saat ini.

Berdasarkan uraian diatas maka untuk meningkatkan daya saing terhadap produk sus kering ini diperlukan mengatasi eliminasi berbagai masalah yang dihadapi oleh mitra melalui kegiatan pengabdian masyarakat dengan melakukan branding merk berupa redesain logo dan kemasan.

Rumusan Masalah

- ✓ Bagaimana cara meningkatkan daya saing kue sus kering melalui inovasi kemasan ?
- ✓ Bagaimana cara meningkatkan daya saing kue sus kering maluii inovasi varian rasa ?

Tujuan

- ✓ Meningkatkan daya saing kue sus kering melalui inovasi kemasan yang menarik dan ramah lingkungan.
- ✓ Meningkatkan daya saing kue sus kering melalui inovasi varian rasa yang unik dan disukai konsumen.

II. METODE

Objek penelitian ini adalah UMKM SUS KERING ADIA RASA yang merupakan usaha yang bergerak dibidang kue kering. Teknik pengumpulan data ini melalui wawancara. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Waktu penelitian ini ialah pada tahun 2024. Tempat lokasi penelitian ini berada di Sidoarjo daerah Tulangan di Desa Pangkemiri Rt.04 Rw.01.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Pendampingan

1. Proses Awal

Sebelum melakukan perdampingan masyarakat, proses awal yang harus dilakukan ialah meminta izin ke pemilik untuk dapat memberikan izinnya mengenai rencana memberikan inovasi kemasan dan rasa untuk berkembangnya produk UMKM SUS KERING ADIA RASA di daerah Tulangan, setelah di berikan izin, hal pertama dilakukan ialah dengan melakukan pendekatan terlebih dahulu dan menggali informasi mendalam tema yang akan diangkat.

2. Inkulturasi (Proses Pendekatan)

Fase inkulturasi merupakan elemen krusial dalam mendampingi masyarakat. Pada tahap ini, pendamping memulai dengan mengenali dan mendekati masyarakat, menggunakan pendekatan tersebut untuk melakukan penelitian, belajar, dan mengatasi masalah yang ada di lingkungan tersebut. Selain itu, pendamping juga telah melakukan proses sosialisasi untuk memahami kebiasaan, tradisi, kehidupan sosial, dan praktik keagamaan dari masyarakat yang bersangkutan. kegiatan yang dilakukan antara lain riset pendekatan kepada masyarakat dengan melakukan perkenalan dan memecahkan suatu masalah.

3. Discovery

Pada fase ini, pendamping mengadakan wawancara untuk mengungkap pencapaian-pencapaian yang telah diraih. Pendekatan ini bertumpu pada keyakinan bahwa setiap individu telah menerapkan beragam strategi perilaku yang sukses di masa lalu. Dari diskusi wawancara, ini menghasilkan bahwa sus kering ini termasuk penjualan yang terkenal dan banyak kalangan yang menyukai makanan ini, dengan kerenyahan yang melimpah serta rasa yang lumer memberikan cita rasa yang disukai khalayak ramai.

4. Dream

Pendamping mendorong masyarakat untuk memasuki tahap "mimpi" atau membayangkan aspirasi dan tujuan yang ingin mereka capai di masa depan agar menjadi kenyataan. Langkah ini diharapkan akan memotivasi mereka untuk menggambarkan visi positif sebagai langkah maju, yang diinspirasi oleh pengalaman masa lalu. Pada tahap ini pendamping memberikan potensi harapan untuk berkembambangnya penjualan sebagai berikut.

- ✓ Perkembangan aneka rasa isi an sus kering
- ✓ Perkembangan tone warna untuk kemasan

5. Design (Perencanaan Aksi)

Tahap desain adalah saat merancang langkah-langkah yang akan digunakan untuk mewujudkan impian yang telah dibayangkan. Ini melibatkan pembuatan strategi untuk merencanakan inovasi baru yang modern dan menarik bagi masyarakat umum. Dalam tahap ini akan dilakukan pelatihan mengenai pengemasan dan pengembangan rasa pada produk SUS KERING ADIA RASA sebagai bentuk inovasi pelaksanaan kewirausahaan untuk meningkatkan nilai jual. Langkah-langkah perancangan kemasan dan rasa sebagai berikut.

B. Bahan / Material Dasar Kemasan

- ✓ Kemasan plastik zipper stand up atau plastik klip ialah jenis plastik yang bentuknya mirip kantong dan memiliki fitur khusus untuk membuka dan menutup dengan mudah.
- ✓ Kemasan plastik bening ini berdiri tegap sehingga membuat produk menjadi terlihat, sehingga konsumen dapat melihat produk dengan jelas.
- ✓ Kelebihan kemasan plastik zipper meliputi kemudahan penggunaan, perlindungan produk, dan ketebalan yang lebih baik daripada kemasan plastik biasa. Semua ini membantu menjaga kualitas produk dan memudahkan konsumen dalam mengonsumsinya.



Gambar 3. Kemasan Plastik Zipper Stand up atau Plastik Klip

C. Konsep Perancangan

Gaya yang digunakan dalam gaya desain kemasan ini ialah kemasan yang modern dengan mengikuti tren sekarang, lucu, serta dapat menggugah selera konsumen.

Warna

Menggunakan Warna yang selaras yang memberikan kesan aestetic dan meningkatkan selera konsumen.



Gambar 4. Warna logo yang digunakan

Merek/ Logo/ Brand Name

Nama merek pada kemasan adalah Soes Kering Homemade. Kemasan tersebut akan menonjolkan tulisan Soes Kering sebagai identitas produk dan terdapat tulisan homemade dengan ukuran yang lebih kecil dibandingkan tulisan Soes Kering.

Ilustrasi/ Gambar

Ilustrasi yang digunakan pada kemasan menggambarkan produk yang ada didalamnya.

Penggunaan ilustrasi dimanfaatkan untuk dapat menarik konsumen untuk membeli produk dan dapat mempermudah konsumen mengetahui produk apa yang dijual.



Gambar 5. Ilustrasi Kemasan

Jenis Font/ Tipografi

Jenis font yang digunakan pada perancangan ini adalah Bobby Jones untuk merek Soes Kering dan Font Garet untuk merek Homemade yang memberikan kesan modern dan sederhana serta tetap mudah dibaca oleh konsumen.



Gambar 6. Font yang digunakan

Pengembangan Logo

Dari hasil pembahasan tersebut yaitu adanya perubahan logo dari ADI RASA yang dulu terlihat biasa dan simpel maka mahasiswa mempunyai inisiatif membuat desain logo terbaru yang terlihat menarik dimasa trend sekarang serta membuat semua kalangan tertarik.



Gambar 7. Logo Final

D. Define (Proses Aksi Partisipatif)

Hasil pembahasan tersebut memberikan pandangan bahwa masyarakat ingin melakukan solusi dan pembaruan berupa inovasi rasa baru dan pengemasan, sebelumnya rasa yang dimiliki saat ini yaitu rasa cokelat dan original yang pada umumnya. kemudian mahasiswa memberikan inovasi pembaruan rasa terbaru yang cocok di lidah remaja, orang tua serta anak-anak yaitu varian rasa cokelat, strawberry dan vanila. Pada awalnya, pengemasan dikemas secara sederhana dan berkualitas baik tetapi kurangnya standar modern dalam

tone warna, maka mahasiswa memberikan solusi pemilihan warna yang sesuai dengan trend masa kini.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya kemasan yang baik adalah kemasan yang dapat melindungi isi produk di dalamnya serta memperhatikan rancangan desain kemasan. Inovasi dalam varian rasa dan packaging kue sus kering memiliki peran penting dalam meningkatkan penjualan dan posisi pasar suatu produk. Melalui pendekatan yang terus-menerus diperbarui dan disesuaikan dengan preferensi konsumen serta tren pasar, produsen dapat memastikan bahwa kue sus kering tetap menarik dan relevan di mata konsumen. Saran dari peneliti untuk owner yakni lebih memperhatikan terhadap tren pasar agar usaha terus berkembang. Dan juga memperbarui kemasan lebih ekonomis agar dapat diperjual belikan di kalangan anak-anak sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

Denny Astrie A, Etc. Teknik, F., & Muhammadiyah Riau, U. (2021). Peningkatan Daya Saing Produk Dapur Kue Dzikra Melalui Redesain. Jurnal Pengabdian Untuk Mu NegeRI, 5(1), 2745–3782. https://doi.org/10.37859/jpumri.v4i2.2528

Dewi Florensia B, Etc. (2020). Perancangan Desain Kemasan Produk Toko kue Kering "Dewi" Semarang. *https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/download/10153/9086*

Hendrayani, Yani. & Manihuruk, Hermina. (2020). Redesain Kemasan Dalam Meningkatkan Brand Awarness Produk Unggulan UKM Cilodong Berkarya. Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia, 3, 212-220.

Nita Setiawati, Etc. (2022). Pemberdayaan UMKM Melalui Inovasi Rasa, Pengemasan Serta Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing "Kripik Singkong" Desa Langko di Era Industry 4.0. Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA, 5(1), 140–144. https://doi.org/10.29303/jpmpi.v5i1.1384

Wahmuda, Faza. & Hidayat, M. (2020). Redesain Logo dan Media Promosi Sebagai Citra Produk Makanan Ringan UKM Benok. Andharupa : Jurnal Desain Komunikasi, Visual dan Multimedia, 6, 147-159.