

## **Pendampingan Pengembangan Kemasan Abon Ayam UMKM dan Penyaluran Abon Ayam Beserta Makanan Pokok dalam Rangka Mengurangi Dampak Ekonomi Masyarakat pada Masa Pandemi**

**<sup>1</sup>Dewi Prastiwi**

Program Studi Akuntansi  
Universitas Negeri Surabaya  
Jalan Ketintang, Surabaya  
60231, Indonesia  
[dewiprastiwi@unesa.ac.id](mailto:dewiprastiwi@unesa.ac.id)

**<sup>2</sup>Leny Yuanita**

Program Pendidikan Sains  
Pascasarjana  
Universitas Negeri Surabaya  
Jalan Ketintang, Surabaya  
60231, Indonesia  
[lenny.yuanita@hotmail.co.id](mailto:lenny.yuanita@hotmail.co.id)

**<sup>3</sup>Lucky Rachmawati**

Program Studi Ilmu  
Ekonomi  
Universitas Negeri Surabaya  
Jalan Ketintang, Surabaya  
60231, Indonesia  
[luckyrachmawati@unesa.ac.id](mailto:luckyrachmawati@unesa.ac.id)

**<sup>4</sup>Merlyana Dwinda Yanthi**

Program Studi Akuntansi  
Universitas Negeri Surabaya  
Jalan Ketintang, Surabaya  
60231, Indonesia  
[merlyanayanthi@unesa.ac.id](mailto:merlyanayanthi@unesa.ac.id)

### **Abstract**

*The Covid-19 pandemic affects all sectors, especially workers in the informal sector. Restrictions on social and economic activities have an impact on many workers who lose their jobs in districts / cities in East Java. This condition will reduce the level of welfare and increase the poverty rate in East Java Province. Therefore, to reduce the impact of the Covid-19 pandemic on informal sector workers as well as to empower MSMEs, in this activity the Team carried out assistance activities for the development of chicken shredded packaging and distribution of shredded chicken along with staple foods in order to meet the basic food needs of people affected by Covid- 19. Assistance for the development of shredded chicken packaging is carried out at MSMEs Shredded Barokah. The results of this implementation are expected to increase the ability of Abon Barokah MSMEs to increase people's interest in purchasing power, be able to better market and sell their products, so that they can survive during a pandemic. The distribution of shredded chicken and staple foods is expected to be a means of promotion for MSME Shredded Shredded chicken products and be able to reduce the impact of limiting social and economic activities for people in regencies / cities throughout East Java.*

**Keywords:** packaging, MSME, covid-19 pandemic

### **Abstrak**

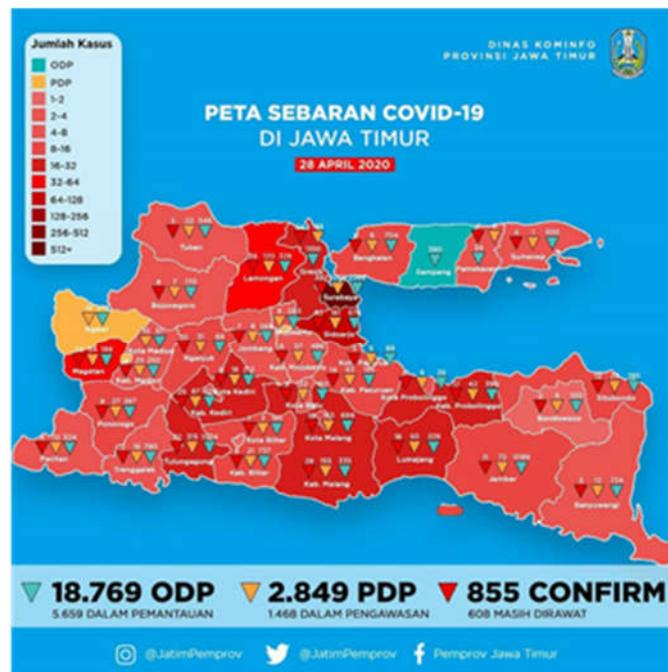
Pandemi Covid-19 berdampak pada semua sektor, khususnya para pekerja di sektor informal. Pembatasan kegiatan sosial dan ekonomi berdampak terhadap banyak tenaga kerja yang kehilangan pekerjaan di kabupaten/kota se-Jawa Timur. Kondisi ini akan menurunkan tingkat kesejahteraan serta meningkatkan angka kemiskinan di wilayah Provinsi Jawa Timur. Oleh karena itu, untuk mengurangi dampak pandemi Covid-19 pada para pekerja sektor informal serta pemberdayaan UMKM, maka pada kegiatan ini Tim PKM melaksanakan kegiatan pendampingan pengembangan kemasan abon ayam dan penyaluran abon ayam beserta makanan pokok dalam rangka memenuhi kebutuhan dasar makanan masyarakat terdampak Covid-19. Pendampingan pengembangan kemasan abon ayam dilaksanakan pada UMKM Abon Barokah. Hasil pelaksanaan PKM ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan UMKM Abon Barokah untuk menambah minat daya beli masyarakat, dapat memasarkan dan menjual produknya dengan lebih baik lagi, sehingga mampu bertahan di masa pandemi. Penyaluran abon ayam beserta makanan pokok diharapkan menjadi sarana promosi bagi produk abon ayam UMKM Abon Barokah dan mampu mengurangi dampak pembatasan kegiatan sosial dan ekonomi bagi masyarakat di wilayah kabupaten/kota se-Jawa Timur.

**Kata Kunci:** kemasan, UMKM, pandemi Covid-19

## PENDAHULUAN

Pada tanggal 11 Maret 2020 Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menetapkan *Corona Virus Disease 2019* menjadi Pandemi Internasional. Artinya negara-negara di seluruh dunia harus merespon, mencegah, serta menangani pandemi virus corona, termasuk Negara Indonesia.

Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) merupakan sebuah Lembaga Pemerintah Nonkementerian yang mempunyai tugas membantu Presiden Republik Indonesia dalam melakukan penanggulangan bencana sesuai dengan amanat Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana. BNPB memiliki kewenangan untuk mengeluarkan data resmi kebencanaan di Indonesia termasuk pandemi Covid-19. Berdasarkan data BNPB, angka jumlah orang yang positif terinfeksi virus corona terus meningkat setiap harinya. Demikian halnya juga yang terjadi di Provinsi Jawa Timur. Provinsi Jawa Timur menempati urutan ke-3 dibandingkan provinsi-provinsi lain, di Indonesia.



Sumber: Pemprov Jatim, 2020.

Gambar 1. Peta Sebaran Covid-19 di Jawa Timur Per 28 April 2020

Berdasarkan Gambar 1, hampir semua wilayah di Provinsi Jawa Timur berada pada kondisi Zona Merah. Kondisi dalam kasus pandemi virus corona, zona merah berarti pandemi yang ada dalam suatu wilayah sudah tidak terkendali. Untuk meminimalisir penyebaran, upaya yang bisa dilakukan adalah pembatasan keluar rumah kecuali hal mendesak dan penting. Menanggukkan kegiatan belajar mengajar atau sekolah, ibadah yang melibatkan kerumunan dan kegiatan bisnis.

Pemutusan mata rantai penyebaran penularan Covid-19 dilakukan dengan kebijakan pembatasan berskala besar (*physical distancing*). Hal ini karena disinyalir penularan virus dari orang ke orang melalui percikan dari hidung atau mulut yang keluar saat orang yang terinfeksi batuk, bersin atau berbicara. Konsekuensi kebijakan tersebut, aktivitas masyarakat berkurang sehingga menyebabkan penurunan ekonomi terutama pada pekerja ekonomi sektor informal. Untuk menumbuhkan perekonomian kembali, maka dibutuhkan

bantuan secara langsung maupun tidak langsung. Bantuan langsung dalam bentuk sembako diberikan kepada mereka yang telah kehilangan sumber penghasilan karena terdampak covid. Sementara bantuan tidak langsung diberikan kepada mereka yang mengalami penurunan usaha akibat covid, seperti UMKM.

UMKM saat ini masih banyak yang mengandalkan pasar *offline*, sekalipun gerakan untuk berdagang di *marketplace* telah lama dikampanyekan oleh pemerintah. Hal ini disebabkan karena pasar *offline* masih potensial dan kemampuan SDM UMKM yang masih terbatas untuk pindah ke pasar *online*. Sehingga tidak mengherankan jika banyak UMKM yang belum sukses di pasar *online*. Namun kondisi saat ini, mau tidak mau, suka tidak suka, UMKM harus beralih ke pasar *online* jika ingin tetap mempertahankan usahanya. Pemasaran *online* mengandalkan tampilan visual, sehingga kemasan produk sangat menentukan ketertarikan konsumen. Oleh karena itu dibutuhkan suatu pendampingan atau pelatihan bagi UMKM untuk masuk ke *marketplace*, yang dimulai dengan perbaikan pengemasan.

Kemasan adalah salah satu kunci dalam menjaga kualitas produk (Mufrenia, 2016). Kemasan termasuk salah satu dalam strategi pemasaran khususnya strategi produk yang dapat dilakukan dengan cara memperbaiki bentuk luar dari produk dengan tujuan memberi kesan bahwa produk tersebut bermutu atau berkualitas baik. Kemasan mempunyai arti yang sangat penting dalam upaya menyenangkan dan memikat hati konsumen. (Susetyarsi, 2012). Melalui kemasan konsumen mendapatkan pesan dari isi produk didalamnya, baik melalui tulisan informasi yang tertera di kemasan tersebut, maupun dari tampilan suatu kemasan yang memberikan citra atau kesan tersendiri dimata konsumen sehingga konsumen dapat memutuskan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk (Apriyanti, 2018)

Kondisi masyarakat yang terpengaruh secara ekonomi akibat pandemi Covid-19, tentu saja membutuhkan partisipasi dari berbagai pihak, untuk saling membantu menghadapi pandemi ini. Salah satunya partisipasi dari pihak perguruan tinggi, khususnya Unesa. Perguruan tinggi dituntut untuk melaksanakan Program Tri Dharma Perguruan Tinggi, salah satunya adalah Pengabdian Kepada Masyarakat. Masa pandemi Covid-19, mengharuskan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan difokuskan untuk penanggulangan Covid-19.

Berdasarkan permasalahan masyarakat yang terdampak secara ekonomi akibat Covid-19, maka tim PKM melakukan 2 bentuk kegiatan, yaitu: 1) Pendampingan pengembangan kemasan abon ayam. Kegiatan pendampingan pengembangan kemasan abon ayam UMKM Abon Barokah menjadi pokok kegiatan PKM karena kondisi pandemi sangat berdampak terhadap penurunan omzet UMKM. Sementara UMKM merupakan penggerak ekonomi masyarakat serta penyumbang ekonomi Negara. UMKM abon ayam Barokah dipilih sebagai mitra karena memiliki kualitas abon yang tinggi namun masih terkendala di aspek pemasaran akibat kebijakan *physical distancing*; 2) penyaluran abon ayam beserta makanan pokok dalam rangka memenuhi kebutuhan dasar makanan masyarakat terdampak Covid-19. Penyaluran abon ayam beserta makanan pokok diharapkan menjadi sarana promosi bagi produk abon ayam UMKM Abon Barokah dan mampu mengurangi dampak pembatasan kegiatan sosial dan ekonomi bagi masyarakat di wilayah kabupaten/kota se-Jawa Timur.

## **METODE**

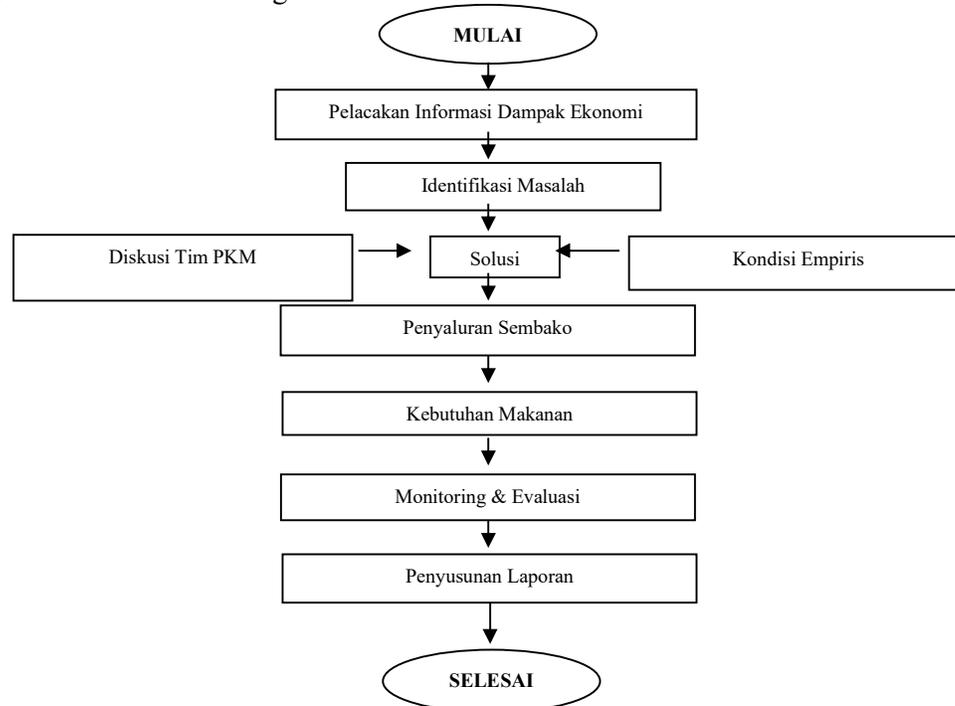
Metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan persoalan mitra secara langsung adalah 1) Pendampingan pengembangan kemasan abon ayam dan 2) penyaluran abon ayam beserta makanan pokok dalam rangka memenuhi kebutuhan dasar makanan

masyarakat terdampak Covid-19.

Kegiatan pertama yakni pendampingan pengembangan kemasan abon ayam, tahapan-tahapan yang dilakukan:

1. Identifikasi keunggulan produk UMKM
2. Identifikasi kemasan yang cocok buat UMKM
3. Pemasaran lewat media *online*

Kegiatan kedua yakni penyaluran abon ayam beserta makanan pokok dalam rangka memenuhi kebutuhan dasar makanan masyarakat terdampak Covid-19, tahapan-tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Metode pelaksanaan kegiatan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Identifikasi Keunggulan Produk UMKM

Abon Ayam produksi UMKM Barokah memiliki beberapa keunggulan, dibanding dengan produk lain yang sejenis. Keunggulan produk tersebut adalah: 1) sekalipun bahan dasar abon ini adalah daging ayam, namun memiliki rasa seperti daging sapi; 2) Abon ini memiliki tekstur yang kering, sehingga relatif tahan lama, tahan sampai dengan 6 bulan; 3) memiliki rasa yang enak; dan 4) usaha UMKM Abon Ayam ini membantu pengolahan daging ayam yang lumayan melimpah di daerah Panekan Magetan. Berdasarkan hasil identifikasi keunggulan-keunggulan produk tersebut, maka melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, kami berusaha untuk mengembangkan produk ini dengan membantu proses pemasarannya.

### Identifikasi kemasan yang cocok buat UMKM

*Packaging* atau kemasan produk adalah salah satu hal penting yang harus kita perhatikan dalam pemasaran suatu produk. Selain untuk melindungi produk, kemasan juga merupakan salah satu media yang dapat digunakan untuk mencuri perhatian konsumen, selain kualitas produk. Pentingnya kemasan bagi sebuah produk adalah sebagai berikut: 1) melindungi produk, kemasan produk melindungi produk agar tidak mudah rusak. Kemasan produk

memberikan perlindungan agar isi produk tidak mudah tergores, basah, dan cacat. Apalagi saat pendistribusian atau pengiriman produk, terkadang produk beresiko rusak di dalam perjalanan karena terjatuh atau tertimpa barang lain. Dengan adanya kemasan yang baik, produk jadi lebih terjamin keamanannya. Kedua, membangun kepercayaan. Kemasan produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Bagi bisnis *online*, konsumen Anda akan puas jika produk telah sampai ke tangannya dengan kondisi yang baik. Nah, kemasan pastinya akan berfungsi untuk melindungi seluruh bagian produk agar tidak mudah rusak. Jika konsumen puas, maka kepercayaan konsumen otomatis akan terbangun.

Ketiga, menambah daya tarik. Dengan kemasan tampilan produk akan terlihat menarik karena desain kemasannya yang kreatif. Kemasan bisa menambah daya tarik konsumen untuk membelinya. Bahkan jika desainnya unik, konsumen akan menyimpan kemasan tersebut dan tidak ingin membuangnya. Keempat, mempromosikan produk. Pada kemasan produk, Anda dapat mencantumkan sejumlah informasi tentang produk Anda. Seperti nama *brand*, logo, *tagline*, harga, alamat *website*, akun media sosial, manfaat, cara pembuatan produk, dan lain-lain. Informasi tersebut adalah bagian dari cara promosi untuk memperkenalkan keunggulan produk. Namun, pastikan informasi produk tidak sampai memenuhi desain kemasan, karena akan membuatnya jadi tidak menarik. Kelima, membuat perbedaan. Kemasan produk dapat jadi strategi untuk membuat perbedaan. Kemasan akan jadi identitas bisnis Anda. Jika kemasan produknya menarik, konsumen dapat lebih mudah mengingat bisnis Anda dan tahu apa yang membedakan bisnis Anda dengan bisnis lain yang menjual produk yang sama. Anda bisa membuat produk Anda terlihat spesial dengan adanya kemasan produk yang unik.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, serta melihat karakteristik dari produk Abon Ayam, maka untuk kemasannya kami memilihkan kemasan yang kedap udara untuk menghindari kelembaban agar abon lebih tahan lama serta kita pilih yang ada *window*nya agar lebih menarik karena konsumen dapat melihat isinya. Untuk mempercantik kemasan serta identitas produk kita tambah stiker, sehingga tampak tampilan seperti pada Gambar 3 berikut:



Sebelum Pengembangan Kemasan



Sesudah Pengembangan Kemasan

Gambar 3. Kemasan Abon Ayam Sebelum dan Sesudah Pengembangan

### **Pemasaran Lewat Media Online**

Pemasaran online adalah praktik memanfaatkan saluran berbasis web untuk menyebarkan pesan tentang merek, produk, atau layanan perusahaan kepada calon pelanggannya. Metode dan teknik yang digunakan untuk pemasaran online termasuk email, media sosial, periklanan tampilan, optimisasi mesin pencari, dan banyak lagi. Tujuan pemasaran adalah untuk menjangkau calon pelanggan melalui saluran di mana mereka menghabiskan waktu untuk membaca, mencari, berbelanja, atau bersosialisasi secara online.

Untuk pemasaran online Abon Ayam ini, kami pilihkan media shopee. Pertimbangan

menggunakan media online shoope karena proses pendaftarannya murah serta ada fasilitas free ongkir. Diharapkan dengan bergabung dalam pemasaran online shoope ini dapat meningkatkan omzet penjualan serta ditunjang dengan kemasan produk yang lebih menarik dan aman.

**Penyaluran Abon Ayam Beserta Makanan Pokok Dalam Rangka Memenuhi Kebutuhan Dasar Makanan Masyarakat Terdampak Covid-19**

Masa pandemi Covid-19, mengharuskan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan difokuskan untuk penanggulangan Covid-19. Selain pendampingan pengembangan kemasan abon UMKM Abon Barokah, Tim PKM juga melakukan pembelian abon ayam Barokah untuk disalurkan pada masyarakat terdampak pandemi Covid-19 di wilayah kabupaten/kota se Jawa Timur. Penyaluran abon ayam diharapkan menjadi sarana promosi bagi produk abon ayam UMKM Abon Barokah, sehingga lebih dikenal masyarakat secara luas. Selain itu tujuan utamanya adalah mampu mengurangi dampak pembatasan kegiatan sosial dan ekonomi bagi masyarakat di wilayah kabupaten/kota se Jawa Timur yakni dalam memenuhi kebutuhan pokoknya.

Selain penyaluran Abon Ayam Barokah, Tim PKM juga menyalurkan makanan pokok lainnya. Langkah awal yang telah kami lakukan yakni mencari supplier yang menawarkan harga yang paling murah namun dengan kualitas yang bagus. Dari tahapan ini kami telah berhasil membuat 200 paket sembako dengan isi berupa: Beras (5kg); minyak goreng (2 lt); gula (1kg); teh (1 bungkus); mie instan (5 bungkus); kecap (200 ml); Abon ayam (200 gr). Langkah kedua mencari supplier tas sebagai tempat sembako; langkah ketiga pengemasan sembako; dan langkah keempat adalah pembagian sembako ke wilayah tujuan PKM. Pembagian sembako dilakukan di wilayah kabupaten Ngawi, Kediri, Malang, Jombang, Magetan, Surabaya dan Tuban dengan dokumentasi sebagai berikut:





iii. Kabupaten/ Kota Kediri



iv. Kabupaten Jombang



v. Kota Surabaya



vi. Kabupaten Ngawi



vii. Kabupaten Tuban



viii. Kabupaten/ Kota Gresik

Gambar 4. Kegiatan Penyaluran Abon Ayam Beserta Makanan Pokok

## PENUTUP

Berdasarkan hasil pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat berupa: 1) Pendampingan pengembangan kemasan abon ayam, 2) penyaluran abon ayam beserta makanan pokok dalam rangka memenuhi kebutuhan dasar makanan masyarakat terdampak Covid-19, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut: 1) Pengemasan produk UMKM masih sangat sederhana dan saat ini masih mengandalkan pasar offline. Sehingga dibutuhkan terobosan pengemasan untuk mendongkrak penjualan serta perluasan pasar ke market online berupa shoopee, 2) Penyaluran abon ayam beserta makanan pokok sangat membantu masyarakat yang terdampak Covid-19 secara langsung. Bantuan ini berguna bagi masyarakat untuk bertahan dalam jangka pendek sampai pandemi berakhir dan mereka dapat beraktivitas seperti biasa.

Berdasarkan hasil pelaksanaan PKM, dapat kami sarankan sebagai berikut: 1) Perlu ada upaya penggerakan ekonomi oleh pemerintah yang dilakukan secara intens guna mengembalikan ekonomi masyarakat, 2) Perlu kegiatan lanjutan untuk pengembangan UMKM Abon Barokah, misalnya kegiatan pendampingan pemasaran di marketplace sebagai upaya perluasan pasar.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Apriyanti, Masayu Endang. 2018. Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. Volume 10, no. 1, April 2018, pp. 20-27 e-issn: 2502-5449 p-issn: 2085-2266 [http://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio\\_ekons](http://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio_ekons).
- [2] Mufrenia, Alfin nf. 2016. Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). Jurnal Ekonomi Manajemen volume 2 nomor 2 (november 2016) 48-54 <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem> issn 2477-2275 (print)
- [3] Pemprov Jatim. 2020. Peta Sebaran Covid-19 di Provinsi Jawa Timur per 28 April 2020, diakses melalui laman Instagram: [jatimpemprov](https://www.instagram.com/jatimpemprov).
- [4] Susetyarsi, th. 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, vol 4, no 3, edisi oktober 2012 (issn : 2252-7826).