

# Pengemasan Produk Kuliner Opak Sebagai Oleh-Oleh Dalam Rangka Menunjang Sektor Pariwisata

Rudi Suprianto Ahmadi<sup>1\*</sup>, Rakhmia Nalibratawati<sup>2</sup>, Anne Lasminingrat<sup>3</sup>,  
Ardiansyah<sup>4</sup>, Juwita Asri Permata Sari<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Winaya Mukti

<sup>1,2,3,4,5</sup>Jln. Bandung-Sumedang Km.29, Gunungmanik, Tanjungsari, Sumedang, Indonesia

E-mail: rudiahmadi64@gmail.com<sup>1</sup>, nalibrattawati@gmail.com<sup>2</sup>, annelasminingrat79@gmail.com<sup>3</sup>,  
10ardiansyah09@gmail.com<sup>4</sup>, juwitaasri1707@gmail.com<sup>5</sup>

\*penulis korespondensi

Published: 30 Maret 2024

**Abstrak** - Kabupaten Sumedang merupakan memiliki kekayaan budaya dan alam yang melimpah. Kekayaan kulinernya seperti Tahu Sumedang, Ubi Cilembu dan Peuyeum. Opak khas Kabupaten Sumedang merupakan salah satu produk unggulan yang memiliki citarasa gurih dan renyah, sangat cocok sebagai kudapan sambil bekerja atau santai. Namun karena minim pemasaran dan pengemasannya yang kurang menarik, menjadikan opak khas Kabupaten Sumedang tidak terlalu diminati untuk dijadikan oleh-oleh khas Kabupaten Sumedang. Satu diantara pelaku usaha opak di Kabupaten Sumedang yang sudah memproduksi dan berjualan opak di rumahnya sejak tahun 1990 adalah ibu Atikah. Kemasan produknya masih sederhana. Proses pengemasan menjadi satu permasalahan prioritas yang perlu dibenahi, mengingat pentingnya peran kemasan sebagai media pemasaran dan penyampaian informasi produk. Proses pengemasan produk dimulai dengan pembicaraan mengenai merek produk, pembuatan desain logo produk, penentuan dan pembuatan kemasan serta pengaplikasian kemasan opak.

**Kata Kunci:** usaha kuliner, oleh-oleh, pengemasan,

**Abstract** - Sumedang Regency has abundant cultural and natural wealth. Its culinary riches include Sumedang Tofu, Cilembu Sweet Potatoes and Peuyeum. Opak typical of Sumedang Regency is one of the superior products which has a savory and crunchy taste, very suitable as a snack while working or relaxing. However, due to minimal marketing and unattractive packaging, the typical Sumedang Regency opak is not very popular as a typical Sumedang Regency souvenir. One of the opak business owners in Sumedang Regency who has been producing and selling opak in her home since 1990 is Mrs. Atikah. The product packaging is still simple. The packaging process is a priority problem that needs to be addressed, considering the important role of packaging as a marketing medium and conveying product information. The product packaging process begins with discussions about the product brand, creating a product logo design, determining and creating packaging and applying opak packaging.

**Keywords:** culinary business, souvenirs, packaging,

## 1. PENDAHULUAN

Kabupaten Sumedang merupakan salah satu Kabupaten di wilayah Provinsi Jawa Barat yang sarat dengan kekayaan alam dan budaya. Kedua hal tersebut menjadi penunjang sektor pariwisata yang menjanjikan. Sebagaimana Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2008 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) periode 2005 sampai dengan 2025, juga mengatur tentang terciptanya perekonomian daerah yang kuat dan berkelanjutan berbasis agrobisnis, pariwisata, dan industri. Pariwisata yang ditawarkan di Kabupaten Sumedang diantaranya wisata alam pegunungan, perkebunan, pertanian dan pemandian air panas, situs sejarah dan museum hingga wisata budaya dalam bentuk kuliner. Kabupaten Sumedang memiliki banyak objek wisata yang cukup populer diantaranya air terjun Curug Cinulang, Waduk Jatigede, Kampung Toga, Museum Prabu Geusan Ulun, Wisata Air Gajah Depa, Taman Hutan Raya Gunung Kunci, Kolam Renang Ranca Goyang dan beberapa destinasi wisata lainnya.

Tidak kalah menarik, wisata kuliner berupa resto khas sunda dengan nuansa alam dan jajanan khas Kabupaten Sumedang, Tahu Sumedang, Ubi Cilembu, dan peuyeum merupakan contoh makanan khas yang populer dan kerap menjadi buah tangan para wisatawan yang mengunjungi Kabupaten Sumedang. Opak khas Kabupaten Sumedang, satu produk unggulan yang memiliki cita rasa gurih dan renyah, sangat cocok sebagai kudapan sambil bekerja atau santai bersama keluarga. Namun karena minim pemasaran dan pengemasannya yang kurang menarik, menjadikan opak khas Kabupaten Sumedang tidak terlalu diminati masyarakat dan wisatawan untuk dijadikan oleh-oleh khas Kabupaten Sumedang. Opak tidak kalah menarik untuk dijadikan oleh-oleh. opak termasuk kudapan yang banyak ditemukan di Kabupaten Sumedang, Opak terbuat dari beras ketan yang dicampur dengan kelapa parut, kekhasan

cita rasa opak selain tergantung pada kualitas bahan baku juga sangat tergantung pada bagaimana proses produksi dilakukan (*hand-made*).

Satu diantara pelaku usaha opak yang sudah cukup lama berjualan opak di Kabupaten Sumedang, yakni ibu Atikah atau terkadang disapa ibu Ikah, tempat usahanya berlokasi di Jalan Langensari, Desa Gudang, Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Sumedang. Ibu Atikah berjualan opak di rumahnya telah berlangsung sejak tahun 1990, dimulai dengan bekerja dengan suami dan dibantu tiga anaknya, kini usaha opak ibu Atikah mempekerjakan kurang lebih 18 karyawan yang didominasi perempuan. Usaha yang telah ditekuninya selama hampir 33 tahun tersebut, sudah banyak mengalami perubahan komposisi dan cita rasa, hingga pada akhirnya konsisten dengan cita rasa saat ini yang gurih dan renyah, ternyata menjadikan opak buatan Ibu Atikah banyak diminati masyarakat Kabupaten Sumedang. Produk yang dijual Ibu Atikah tidak hanya opak gurih saja, ada pula opak manis dan rengginang.

Pada bulan-bulan biasa penjualan opak kurang lebih 300 tampah/bulan, dengan perhitungan satu tampah dapat menghasilkan 100 opak. Atau dalam satu bulan dapat menghasilkan opak kurang lebih 30.000 opak. Berbeda dengan bulan Sya'ban dan Ramadhan, yang produksinya bisa sampai 1000 tampah/bulan, atau tiga kali lipat dari bulan biasa. Produk opak tersebut dikemas dalam plastik untuk porsi kecil berisi 25-30 opak seharga Rp.25.000,00 sampai Rp. 30.000,00 dan kotak kaleng/blek untuk porsi besar dengan isi kurang lebih 250 opak dilabeli harga Rp.260.000,00. Ibu Atikah memperhatikan dokumen legal terkait dengan kegiatan usahanya, dokumen-dokumen yang sudah dibuat diantaranya Perizinan Berusaha Berbasis Risiko berupa NIB (Nomor Induk Berusaha) yang merupakan dokumen paling mendasar bagi pelaku usaha dalam sistem perizinan Indonesia, dengan Nomor Induk Berusaha 0506220002092 dan klasifikasi risiko usaha masuk dalam kategori rendah. Selain itu, telah dilengkapi pula dokumen sertifikat halal dengan nomor ID32110000812990622 tanggal 06 Desember 2022.

Beberapa tahapan pembuatan opak masih tradisional, dari mulai pembersihan beras ketan, penjemuran di bawah sinar matahari, dan pembakaran opak yang masih menggunakan bahan bakar serabut kepala. Penggunaan mesin hanya pada proses penggilingan dan pelembutan adonan opak untuk mempercepat proses produksi. Sampai pada proses pengemasan, opak dikemas sesuai dengan porsinya, untuk porsi besar pengemasan dengan kotak kaleng/blek dan pengemasan dengan plastik biasa porsi ukuran kecil. Menjadi perhatian adalah tidak adanya merek, logo produk, atau informasi apapun dalam kemasan, baik kemasan kotak kaleng maupun plastik. Tentu ada potensi yang hilang, karena bagi mereka yang tidak tahu tempat membeli opak tersebut, akan kesulitan untuk membeli produk, walaupun minat beli sudah ada. Jangkauan usaha menjadi terbatas pada mereka yang sudah berlangganan atau direkomendasikan oleh orang yang sudah mengetahui opak Ibu Atikah. Kesulitan konsumen bertambah ketika tidak adanya penanda lokasi atau plang nama toko di lokasi penjualan produk. Toko dan tempat produksi yang satu lokasi semakin membuat bingung konsumen, apakah toko opak Ibu Atikah betul disana, atau hanya tempat produksi saja. Tentu dengan adanya penanda lokasi dan plang nama toko akan mempermudah konsumen baru untuk menemukan lokasi dan menjadi langganan baru toko opak Ibu Atikah. Fokus pengabdian program PMP ini pada perbaikan pengemasan sehingga lebih menarik dan memudahkan konsumen dengan adanya kelengkapan informasi, baik merek produk maupun lokasi tokonya. Selain itu, aspek pemasaran juga penting untuk diperhatikan, baik perangkat maupun strategi pemasaran yang akan diterapkan. Sehingga diharapkan ada perbaikan kualitas produk dari sisi pengemasan dan penambahan jumlah konsumen baru.

Menurut Breetz dalam Fauzia Agustini Kemasan (*packaging*) adalah bagian luar atau bungkus produk yang berfungsi melindungi produk sehingga tetap terjaga kualitasnya[1, Hal. 297]. Sedangkan menurut N. M. A. G. R. Astiti, et. All, definisi pengemasan adalah suatu proses memberi wadah atau pembungkus kepada suatu produk. Pengertian kemasan juga dapat diartikan sebagai suatu sistem yang disusun sedemikian rupa untuk mempersiapkan barang/produk agar dapat didistribusikan, dijual, disimpan, dan digunakan[2, Hal. 16] Dalam era globalisasi saat ini, kemasan mempunyai peran yang sangat penting karena akan selalu terkait dengan komoditi yang dikemas dan sekaligus merupakan nilai jual dan citra produk. *Packaging is a silent salesman*[2, Hal. 17]. Menurut Kementerian Usaha Kecil dan Koperasi, kemasan adalah ilmu, seni, dan teknologi yang ditujukan untuk melindungi produk selama pengiriman, penyimpanan, dan penjualan. Kemasan memuat beberapa hal: nama produk, merek, logo, informasi tentang bahan tambahan pangan, informasi tentang bahan baku yang digunakan (komposisi), berat bersih atau isinya. memuat informasi tentang objek tersebut, tanggal kadaluarsa, informasi nama dan alamat, informasi nilai gizi, informasi kode pembuatan pangan, nomor registrasi pangan, pernyataan halal, *barcode*. [3, Hal. 72] Desain kemasan harus menjadi media komunikasi antara produsen dengan calon konsumen, sehingga dalam desain kemasan perlu dicantumkan 1) Nama produk, 2) Komposisi, 3) isi/netto. Kemasan standar yang menarik dapat dikatakan bisa menjual dirinya sendiri. Sehingga dapat meningkatkan penjualan karena bisa memasuki ke segmen-segmen pasar yang lain[3, Hal. 72-73]

Selama ini sudah lebih dari tiga dekade bentuk kemasan yang dipakai oleh Opak Ibu Atikah masih sangat sederhana dan kurang menarik, yaitu hanya dengan dibungkus plastik polos tanpa merek maupun identitas produk yang lengkap seperti komposisi bahan baku, volume produk dalam kemasan maupun informasi nilai gizi yang penting diketahui oleh konsumen. Disisi lain Pemerintah melalui Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 16 Tahun 2020 mewajibkan mencantumkan Informasi Nilai Gizi pada pangan olahan yang diproduksi oleh usaha mikro dan usaha kecil,[4, Hal 4], dengan demikian untuk dapat bersaing dengan produk sejenis lainnya sudah saatnya Opak Ibu Atikah mulai memperhatikan hal tersebut sehingga dapat lebih menarik minat wisatawan dan

masyarakat untuk membeli produk Opak Ibu Atikah

Kemasan produk yang menarik dapat meningkatkan nilai produk itu sendiri, sehingga ketertarikan konsumen tidak hanya terletak pada kualitas produknya saja dalam hal ini rasa Opak yang enak tetapi juga dengan kemasan yang menarik dan praktis lebih memungkinkan peningkatan penjualan produk Opak bagi produsen. Dengan kemasan menarik dan informasi penting yang tertera didalamnya dapat menjadikan Opak sebagai oleh-oleh dan menjadi ciri khas maupun identitas suatu wilayah. Lebih jauh lagi hal ini tentu dapat menjadi peningkatan potensi kemajuan ekonomi khususnya dalam sektor Pariwisata di Kabupaten Sumedang.

Pariwisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok ke suatu daerah yang mempunyai daya tarik atau nilai tertentu, seperti nilai budaya, estetika, atau nilai unik lainnya. Pariwisata adalah suatu perjalanan yang direncanakan oleh individu atau kelompok dari suatu tempat ke tempat lain dengan tujuan memperoleh suatu bentuk kepuasan atau kenikmatan[5, Hal 305]. Pariwisata terbagi kedalam dua kategori berdasarkan jenisnya: (1) Wisata alam, terdiri dari: a. Wisata pantai (wisata bahari). b. Wisata Etnik (ethnic Tourism) C. Wisata Cagar Alam (Ecotourism). d. Wisata Berburu e. Agrowisata. (2) Wisata sosial dan budaya, terdiri atas: a. Monumen Nasional, b. Museum dan lembaga kebudayaan lainnya[5, Hal 305].

## 2. METODE

Proses pengemasan menjadi satu permasalahan prioritas pada bidang produksi yang perlu dibenahi, mengingat pentingnya peran kemasan sebagai media pemasaran dan penyampaian informasi produk hal-hal terkait produk tersebut. Sebagaimana telah diuraikan pada bagian sebelumnya, proses pengemasan produk dimulai dengan pembicaraan/diskusi mengenai merek produk opak bersama Ibu Atikah, pembuatan desain merek/logo produk, penentuan kemasan opak, pembuatan kemasan opak, dan terakhir pengaplikasian kemasan opak. Selanjutnya didiskusikan pula mengenai pembuatan plang papan nama untuk *product branding* sehingga rumah produksi Opak Ibu Atikah Dapat lebih dikenal masyarakat maupun wisatawan. Kejelasan informasi pada produk memberikan peluang lebih besar untuk menarik konsumen baru hingga wisatawan yang akan membeli opak untuk oleh-oleh.

Partisipasi mitra dalam pengabdian ini sangat besar, semua keputusan yang diambil dalam setiap tahapan proses pelaksanaan solusi selalu melibatkan mitra, yakni Ibu Atikah dan mendapat persetujuannya terlebih dahulu, mengingat semua hasil pengabdian ini akan diaplikasikan pada tempat usahanya, karenanya penting untuk disetujui terlebih dahulu, baik dari segi desain, material, hingga tata letak, dan pelaksanaan detail tata kelola usaha.

Kolaborasi tim PMP dan mitra menjadi sangat penting. Dari awal pelaksanaan program hingga pelaksanaan tahapan-tahapan pelaksanaan solusi, disepakati secara tertulis dalam rapat pelaksanaan kegiatan PMP, sehingga tidak terjadi miskomunikasi di kemudian hari yang berdampak pada saling menyalahkan satu sama lain antara tim PMP dan mitra. Harapannya, setelah kegiatan PMP selesai, perbaikan pada kemasan masih dilaksanakan oleh pemilik usaha, sehingga rencana menjadikan opak sebagai oleh-oleh khas Kabupaten Sumedang dapat terealisasi. Butuh waktu yang tidak sebentar membentuk citra produk opak dari kudapan lokal menjadi oleh-oleh khas Kabupaten Sumedang. karenanya perbaikan-perbaikan dan evaluasi penting untuk dilakukan secara berkelanjutan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Tabel 1 merupakan solusi, target dan target penyelesaian yang dilakukan, selain itu diperlihatkan hasil luaran dari pelaksanaan kegiatan.

Tabel 1. Solusi, Target Luaran, Target Penyelesaian Luaran dan Hasil Luaran Yang Dicapai

Solusi Yang Ditawarkan	Target Luaran	Target Penyelesaian Luaran	Hasil Luaran Yang Dicapai
Penentuan merek	Disepakati nama dan kriteria desain merek yang akan dibuat	Daftar kriteria atau gambar sketsa kasar nama dan desain merek	Disepakati merk yang digunakan memuat : 1. Nama “Bu Atikah” 2. Jenis Produk (Opak) 3. Lokasi 4. Kekhasan/keunggulan
Pembuatan desain merek	Beberapa pilihan desain merek yang akan ditawarkan, untuk dipilih satu desain final	Data digital nama dan desain merek	Menghadirkan desainer profesional untuk membuat desain merek dan logo produk, selanjutnya diperoleh beberapa Alternatif nama dan desain merk Sebagai berikut : 1. Opak Ibu Atikah 2. Opak Lezat bu Atikah 3. Gudang Opak bu Atikah

Solusi Yang Ditawarkan	Target Luaran	Target Penyelesaian Luaran	Hasil Luaran Yang Dicapai
			<p>Disepakati nama/merk adalah “Bu Atikah” dan dalam menampilkan merk memuat kata Saung Opak dan kata Gudang Rasa selanjutnya telah disepakati logo sebagai berikut :</p> 
Penentuan kemasan opak	<p>Opsi yang ditawarkan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- plastik transparan yang disablon informasi produk dan hal terkait;</li> <li>- plastik transparan yang dilekatkan sticker berisi informasi produk dan hal terkait;</li> <li>- kemasan snack</li> </ul>	Keputusan ibu Atikah mengenai pemilihan kemasan opak	Telah disepakati kemasan yang akan digunakan adalah kemasan plastik transparan yang dilekatkan sticker yang menampilkan logo serta informasi produk dan hal terkait
Pembuatan kemasan opak	Sesuai dengan pilihan yang diambil Ibu Atikah	Kemasan produk dengan desain baru	
Pengaplikasian kemasan opak	Opak dikemas dalam kemasan baru	Opak dikemas dalam kemasan baru	perbaikan desain kemasan dilakukan pada proses pembuatan kemasan opak selanjutnya.
Pemilihan desain papan/plang toko	Beberapa pilihan desain papan/plang toko akan ditawarkan untuk dipilih satu desain final, termasuk penggunaan material papan toko yang akan digunakan.	Data digital desain papan/plang toko	Ditunjuk desainer profesional untuk membuat desain papan/plang toko.

Solusi Yang Ditawarkan	Target Luaran	Target Penyelesaian Luaran	Hasil Luaran Yang Dicapai
Pembuatan papan/plang toko	Papan toko sesuai dengan desain yang diajukan	Pemasangan papan toko di lokasi penjualan produk. Proses pembuatan dilakukan oleh pengusaha pembuat papan toko/neonbox.	
Pembuatan papan penunjuk lokasi	Papan penunjuk lokasi dengan material yang disepakati Ibu Atikah.	Pemasangan dua buah papan penunjuk lokasi	Dibuat dua papan penunjuk lokasi mengingat ada dua belokan dari jalan raya utama.

Pada aspek desain produk kemasan opak, tentu harus terus dilakukan perbaikan secara bertahap agar sesuai dengan selera masyarakat dan wisatawan. Semakin besar penjualan produk tentu penggunaan material kemasan perlu ditingkatkan menjadi lebih baik dan menarik, dengan tetap memperhatikan biaya yang harus keluar untuk penggunaan material kemasan yang baru tersebut.

Tahapan kegiatan selanjutnya adalah penggunaan kemasan berbentuk *pillow pack* dapat menjadi pilihan, selain lebih menarik secara visual, penggunaan kemasan *pillow pack* memberikan keamanan ekstra karena bentuknya yang menggelembung, meminimalisasi pecahnya produk akibat benturan. Namun, dalam proses pengemasannya diperlukan mesin khusus, sehingga ada pos pembiayaan yang lebih besar untuk tahap pengemasan. Pemakaian *pillow pack* dapat digunakan pada tahap selanjutnya, setelah perbaikan kemasan tahap pertama

#### 4. KESIMPULAN

Sebagai produk yang akan menjadi kuliner unggulan, opak Ibu Atikah berpotensi menjadi penunjang sektor pariwisata Kabupaten Sumedang, karenanya sebelum melangkah menjadi produk unggulan penting untuk diperhatikan kualitas dan pengemasan produk dan kemudahan akses bagi konsumen dan wisatawan agar menarik minat beli wisatawan untuk menjadikan opak sebagai oleh-oleh khas Kabupaten Sumedang. Selanjutnya perlu dilakukan ekspansi pasar khususnya melalui media digital atau *platform e commerce*, penambahan perangkat pemasaran, mulai dari perbaikan ruang penjualan hingga pelaksanaan strategi pemasaran yang tepat, baik pada sektor *traditional marketing* maupun *digital marketing*, atau kolaborasi keduanya (*hybrid marketing*). Untuk menjangkau pasar yang lebih luas, penggunaan kemasan berbentuk *pillow pack* dapat menjadi pilihan, selain lebih menarik secara visual, penggunaan kemasan *pillow pack* memberikan keamanan ekstra karena bentuknya yang menggelembung, meminimalisasi pecahnya produk akibat benturan. Namun, dalam proses pengemasannya diperlukan mesin khusus, sehingga ada pos pembiayaan yang lebih besar untuk tahap pengemasan. Pemakaian *pillow pack* dapat digunakan pada tahap selanjutnya, setelah perbaikan kemasan tahap pertama pada program PMP ini memberikan peningkatan baik pada kualitas produk maupun kuantitas penjualan produk opak Ibu Atikah.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Kemendikbudristekdikti yang telah memberikan kesempatan melaksanakan Kegiatan Pemberdayaan Berbasis Masyarakat melalui Skema PM, dan Universitas Winaya Mukti yang telah membantu secara moril dan teknis.

#### Daftar Pustaka

- [1] F. Agustini, D. Amanah, and D. A. Harahap, "Strategi Pengembangan Produk Kerupuk Opak Minang Yolanda," *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Masyarakat)* R., vol. 4, no. 3, pp. 293–300, 2021, doi: 10.33330/jurdimas.v4i3.1197.
- [2] N. M. A. G. R. Astiti, A. A. P. Eryani, N. M. Yudiastari, and A. A. M. Semaryani, *Pentingnya Kemasan*

*dalam Pemasaran Produk*, no. Mi. 2023.

- [3] A. Widiati, "Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Di 'Mas Pack' Terminal Kemasan Pontianak," *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit dan Akunt. Fak. Ekon. Univ. Tanjungpura)*, vol. 8, no. 2, pp. 67–76, 2020, doi: 10.26418/jaakfe.v8i2.40670.
- [4] BPOM RI, "Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 16 Tahun 2020 tentang Pencantuman Informasi Nilai Gizi untuk Pangan Olahan yang Diproduksi oleh Usaha Mikro dan Usaha Kecil," *Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indones.*, pp. 1–32, 2020.
- [5] D. S. Nugraha, "Pemberdayaan Kelompok Penggerak Pariwisata di Kabupaten Sumedang," *J. Educ. Hum. Soc. Sci.*, vol. 5, no. 1, pp. 304–313, 2022, doi: 10.34007/jehss.v5i1.1202.