



REPUBLIK INDONESIA  
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

# SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC002022112459, 24 Desember 2022

## Pencipta

Nama : **KHAIRINA NATSIR**  
Alamat : Perumahan Batan Indah Blok B No. 3, Kec Setu, Tangerang Selatan, Tangerang Selatan, BANTEN, 15310  
Kewarganegaraan : Indonesia

## Pemegang Hak Cipta

Nama : **KHAIRINA NATSIR**  
Alamat : Perumahan Batan Indah Blok B No. 3, Kec Setu, Tangerang Selatan, Tangerang Selatan, BANTEN, 15310  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Jenis Ciptaan : **Modul**  
Judul Ciptaan : **INOVASI KEMASAN UNTUK MENINGKATKAN NILAI PRODUK KULINER UMKM**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 28 Oktober 2022, di Tangerang

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000428203

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.  
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia  
Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual  
u.b.  
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Anggoro Dasananto  
NIP.196412081991031002

Disclaimer:

Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

**MODUL  
KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**INOVASI KEMASAN UNTUK MENINGKATKAN  
NILAI PRODUK KULINER UMKM**

PENYUSUN:  
**DRA. KHAIRINA NATSIR, MM**

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
DESEMBER - 2022**

## RINGKASAN

UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Jumlah UMKM di Indonesia yakni sebesar 64,19 juta, di mana komposisi Usaha Mikro dan Kecil sangat dominan yakni 64,13 juta atau sekitar 99,92% dari keseluruhan sektor usaha. Ketika badai pandemi Covid-19 menghantam negeri ini menyebabkan banyak orang terkena badai PHK, yang angkanya sudah menembus jutaan. Tentu saja pada akhirnya mereka harus kembali berjuang untuk mendapatkan pekerjaan di era normal baru. Sebagian besar masyarakat melirik peluang sebagai pebisnis pelaku UMKM yang tampaknya cukup menjanjikan. Sehingga menyebabkan terjadinya peningkatan jumlah pebisnis atau pelaku UMKM, terutama di sektor industri makanan dan minuman. Namun sayangnya, peningkatan ini belum sejalan dengan pengetahuan UMKM pemula yang lebih fokus terhadap produksi dan penjualan tanpa memperhatikan legalitas keamanan dan kualitas dari produk yang di pasarkan. Kemasan adalah salah satu senjata dalam dunia bisnis saat ini, termasuk dalam industri kuliner. Melalui kemasan konsumen mampu memberikan penilaian terhadap karakter dan citra produk. Melalui kemasan produsen mampu menyampaikan nilai, isi, dan manfaat sebuah produk. Kemasan juga mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian oleh sebab itu kemasan sering dikatakan sebagai silent salesman.

**Kata kunci:** UMKM, Produk Kuliner, Inovasi Kemasan

## DAFTAR ISI

RINGKASAN .....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
Latar Belakang.....	1
Kemasan sebagai sarana promosi .....	3
BAB 2. KEMASAN PRODUK KULINER.....	4
Pengertian Kemasan .....	4
Jenis-Jenis Kemasan .....	5
Bahan Kemasan Produk Kuliner .....	6
Persyaratan Kemasan.....	7
Label pada Kemasan.....	8
Perizinan dan Sertifikat Halal.....	9
Beberapa Contoh Inovasi Kemasan Makanan .....	10
BAB 3. KEMASAN RAMAH LINGKUNGAN .....	12
Plastik sebagai Bahan Kemasan .....	12
Kemasan Ramah Lingkungan.....	12
Beberapa Contoh Packaging Makanan yang Ramah Lingkungan.....	13
DAFTAR PUSTAKA .....	17

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Akibat nyata dari pandemi Covid-19 yang menimpa seluruh dunia, khususnya Indonesia adalah terjadinya jutaan pemutusan hubungan kerja (PHK), yang mana para korban PHK ini tentu saja akan melanjutkan untuk berjuang untuk mendapatkan sumber penghasilan atau pekerjaan lainnya di era new normal ini. Sebagian besar masyarakat lebih memilih untuk membangun usaha sendiri dan melirik kesempatan sebagai pelaku usaha UMKM, terutama yang bergerak di sektor kuliner makanan dan minuman. Masyarakat optimis bahwa berusaha di sektor kuliner akan lebih menjanjikan karena kebutuhan akan kuliner tidak akan pernah berhenti.

Namun cukup disayangkan bahwa semangat masyarakat untuk membangun usaha sektor kuliner saat ini lebih fokus kepada produksi dan penjualan saja, dan mengabaikan sisi kualitas dan legalitas produk yang dipasarkan (Nurmala et al., 2022).

Para entrepreneur di sektor kuliner haruslah mempunyai pengetahuan yang memadai tentang produk yang dijual, memiliki kompetensi dalam berbisnis, dan mempunyai sikap yang positif dan tangguh sebagai seorang pengusaha, jeli dalam mengamati pasar, rajin menggali ide, inovatif dalam menjalankan usaha yang dipilih, dan mengelola bisnisnya dengan serius hingga semakin berkembang dan survive.

Kemasan merupakan salah satu objek yang sangat menjadi perhatian dalam dunia bisnis saat ini, terutama kemasan dalam industri kuliner. Dengan melihat sebuah kemasan konsumen biasanya akan mempunyai penilaian terhadap produk didalamnya. Disisi lain, seorang produsen biasanya akan memanfaatkan kemasan untuk menyampaikan isi, nilai, manfaat, dan informasi lainnya tentang produk, sehingga tidak heran kalau ada yang mengatakan bahwa kemasan sebagai seorang silent salesman (Suhadmin, 2020)..

Mitra pada kegiatan PKM ini adalah para pelaku UMKM di RW09 Kelapadua, Tangerang. Jenis UMKM yang terdapat di Kelapadua pada umumnya didominasi manufaktur. Pelaku UMKM yang berasal dari golongan anak muda pada umumnya sudah mempunyai komunitasnya sendiri dengan berbasis online, kebanyakan anak muda membangun usaha seperti café internet, menjadi Reseller atau Dropshipper, berjualan melalui media sosial dan sebagainya. Sementara untuk sebagian lagi warga masyarakat yang berasal dari ibu rumah tangga atau keluarga yang dapat dikatakan sebagai pemain lama. Kelompok ini adalah para anggota keluarga yang lebih fokus kepada pengembangan

kuliner. Produknya kulinernya seperti kue-kue basah, lauk pauk, sambel, Opak, Keripik Pisang, Kembang Seroja, Kacang Sangrai dan sebagainya yang pada umumnya masih menggunakan pengemasan cara lama, belum mempertimbangkan kemasan sebagai sebuah keunggulan yang dapat meningkatkan nilai produk dan memperluas pasar.



Terlihat bahwa pertumbuhan ekonomi dari kelompok ini belum dibarengi dengan kemampuan skill para pelaku UMKMnya, merasa puas dengan penjualan yang begitu-begitu saja, padahal jika seandainya produk kuliner ini diberi sedikit sentuhan inovasi kemasan maka tidak tertutup kemungkinan usaha mereka akan berkembang dengan pemasaran yang lebih baik.

Berdasarkan analisis situasi yang dikemukakan di atas maka permasalahan utama yang dihadapi masyarakat pelaku UMKM kuliner adalah:

- a. Pertumbuhan ekonomi dari kelompok ibu-ibu rumah tangga belum optimal, karena belum dibarengi dengan kemampuan skill para pelaku UMKMnya, merasa puas dengan penjualan yang terbatas.
- b. Kemasan adalah salahsatu kelemahan produk UMKM atau bertarung dengan produk-produk perusahaan pabrikan besar. Beberapa masalah seperti keterbatasan modal, akses pasar dan volume produksi membuat sebagian pelaku UMKM tidak menganggap kemasan alias packaging menjadi unsur penting dari usaha mereka.
- c. Para pelaku usaha UMKM ini tidak menyadari bahwa sebenarnya produk makanan yang mereka produksi dapat ditingkatkan nilainya dengan memberikan sentuhan pada kemasannya. Dengan nilai produk yang tinggi akan memberikan peluang pasar dan profit yang makin baik pula. Kenyataan saat ini produk kuliner di daerah ini baru dikenal oleh masyarakat sekitar, padahal Hal tersebut menunjukkan bahwa promosi penjualan masih belum dilaksanakan.

### **Kemasan sebagai sarana promosi**

Sarana untuk melakukan komunikasi pemasaran yang disebut juga bauran promosi (*promotion mix*) merupakan perpaduan khusus antara periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, penjualan langsung dan hubungan masyarakat yang digunakan perusahaan untuk meraih tujuan iklan dan pemasarannya (Sunarto, 2004:261). Selain belum dilakukannya promosi penjualan, jika dilihat dari produk juga belum ada kemasan. Kemasan merupakan suatu alat pemasaran yang sangat penting, bukan hanya sebagai pembungkus tetapi juga menjadi daya tarik bagi konsumen. Menurut Tjiptono (2002), pengemasan merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah atau pembungkus untuk suatu produk. Kemasan merupakan penglihat dari konsumen, maka sangat penting untuk dijadikan menarik sebagai daya tarik untuk menumbuhkan minat beli konsumen.

Menurut Menurut Kotler dan Armstrong (2012), kegiatan promosi merupakan aktivitas mengkomunikasikan dan menyampaikan informasi mengenai produk kepada konsumen, dan membujuk target konsumen untuk membeli produk. Tingginya penjualan dan dikenalnya suatu produk merupakan kesuksesan dari promosi. Lemahnya kegiatan promosi dari mitra menyebabkan belum dikenalnya produk sehingga penjualan dari produk kue bengen tidak mengalami peningkatan. Kegiatan promosi hendaknya didukung dengan suatu kemasan yang menarik sehingga menumbuhkan minat beli dari calon konsumen. Kemasan merupakan suatu wadah dari penjual untuk memberikan produk yang dibeli kepada pembeli. Kemasan memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa produk yang beli higienis, bersih dan rapih. Kemasan yang menarik akan menumbuhkan minat bagi konsumen untuk membeli produk.

## BAB 2. KEMASAN PRODUK KULINER

### Pengertian Kemasan

Pengemasan dapat diartikan dari beragam sudut pandang yang beragam.

- a. Pengemasan adalah suatu proses pembungkusan, pewadahan atau pengepakan suatu produk dengan menggunakan bahan tertentu sehingga produk yang ada di dalamnya bisa tertampung dan terlindungi. Sedangkan kemasan produk adalah bagian pembungkus dari suatu produk yang ada di dalamnya.
- b. Pengemasan ini merupakan salah satu cara untuk mengawetkan atau memperpanjang umur dari produk-produk pangan atau makanan yang terdapat didalamnya.
- c. Suatu alat yang dipakai untuk memastikan penyampaian produk ke konsumen akhir dalam kondisi yang dapat diterima dan dengan biaya yang optimal.
- d. Suatu sistem yang terkoordinasi dalam kegiatan penyiapan produk sehingga produk layak untuk ditransportasikan, didistribusikan, disimpan, dijual eceran, dan disampaikan kepada pengguna akhir.
- e. Suatu fungsi teknokomersial yang ditujukan untuk mengoptimalkan biaya *delivery* serta memaksimalkan penjualan dan keuntungan.

### Fungsi Pengemasan

Penyuluhan tentang kemasan dinilai sangat penting karena kemasan produk merupakan sebuah jendela yang merefleksikan produk.

- a. Pengemasan merupakan sistem yang terkoordinasi untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk ditransportasikan, didistribusikan, disimpan, dijual, dan dipakai. Adanya wadah atau pembungkus dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan, melindungi produk yang ada di dalamnya, melindungi dari bahaya pencemaran serta gangguan fisik (gesekan, benturan, getaran).
- b. Fungsi utama dari kemasan adalah untuk melindungi barang yang dijual kepada konsumen agar tidak rusak. Kemasan juga mempunyai fungsi tambahan daya tarik perhatian konsumen dan memudahkan penyerahan kepada konsumen. Bahan kemasan harus memenuhi persyaratan agar tidak merusak produk yang dikemas. Bahan kemasan antara

lain:kertas/karton; bermacam plastik yang harus memenuhi persyaratan yang sesuai produk yang dikemas.

- c. Pengemasan merupakan sistem yang terkoordinasi untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk ditransportasikan, didistribusikan, disimpan, dijual, dan dipakai. Adanya wadah atau pembungkus dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan, melindungi produk yang ada di dalamnya, melindungi dari bahaya pencemaran serta gangguan fisik (gesekan, benturan, getaran).
- d. Di samping itu pengemasan berfungsi untuk menempatkan suatu hasil pengolahan atau produk industri agar mempunyai bentuk-bentuk yang memudahkan dalam penyimpanan, pengangkutan dan distribusi. Dari segi promosi wadah atau pembungkus berfungsi sebagai perangsang atau daya tarik pembeli. Karena itu bentuk, warna dan dekorasi dari kemasan perlu diperhatikan dalam perencanaannya.
- e. Budaya kemasan sebenarnya telah dimulai sejak manusia mengenal sistem penyimpanan bahan makanan. Sistem penyimpanan bahan makanan secara tradisional diawali dengan memasukkan bahan makanan ke dalam suatu wadah yang ditemuinya. Dalam perkembangannya di bidang pascapanen, sudah banyak inovasi dalam bentuk maupun bahan pengemas produk pertanian. Temuan kemasan baru dan berbagai inovasi selalu dikedepankan oleh para produsen produk-produk kuliner, dan hal ini secara pasti menggeser metode pengemasan tradisional yang sudah ada sejak lama di Indonesia.
- f. Bahan pengemas yang umum digunakan adalah plastik. Pengemasan ditujukan untuk mengawetkan produk. Bahan pengemas yang baik dan cocok untuk makanan dapat meningkatkan daya simpan (daya awet) produk nugget.

### Jenis-Jenis Kemasan



- a. Kemasan Primer ( consumer pack). Adalah kemasan yang langsung berhubungan/ bersentuhan dengan produk, biasanya ukuran relatif kecil dan disebut juga kemasan eceran.

Sebagai contoh kemasan makanan ringan/snack, kemasan sachet untuk sampo, deterjen, kecap, saos tomat, mie instant, gelas plastik (cup) dan lain-lain.

- b. Kemasan Sekunder (transport pack), Adalah kemasan kedua yang isinya sejumlah kemasan sekunder. Jenis kemasan ini tidak langsung berhubungan/kontak dengan produk yang dikemas. Sebagai contoh kemasan karton/kardus mie instant, kemasan karton/kardus air minum dalam kemasan dan lain-lain.
- c. Kemasan Tersier. Adalah kemasan ketiga yang isinya sejumlah kemasan sekunder. Kemasan ini fungsinya untuk pengiriman lokal, antar pulau atau antar negara. Memiliki syarat tahan benturan, tahan cuaca dan berkapasitas besar. Sebagai contoh kotak karton bergelombang dan kontainer

### Bahan Kemasan Produk Kuliner

- a. Beberapa bahan kemasan yang biasa digunakan yaitu bahan kemasan kaku/rigid yakni kemasan kayu, logam, metal, besi, kaca dan botol.
- b. Sedangkan bahan kemasan lentur/fleksibel biasanya terbuat plastik, kertas, multilayer, nilon/vacum, aluminium foil dan metalized.
- c. Penggunaan bahan-bahan kemasan ini disesuaikan dengan karakteristik produk. Untuk produk makanan ringan/snack yang sifatnya seperti keripik pisang, keripik singkong, amplang, keripik buah dan lain biasanya menggunakan bahan aluminium foil atau metalized.
- d. Secara struktur kemasan berbahan aluminium foil memiliki tiga lapisan yaitu Lapisan cetak (OPP) sebagai pelindung lembab, Lapisan pelindung (Alu Foil) sebagai pelindung udara, cahaya, oksigen/gas dan Lapisan berikutnya adalah Lapisan dalam (PE) sebagai pembungkus dan lapisan seal.
- e. Struktur molekul lapisan alu foil secara kimia, fisika, menghalangi transmisi sinar, permeasi O<sub>2</sub>, gas dan uap air melalui dinding kemasan.



- f. Untuk produk semi basah seperti sosis, nugget, bakso, bandeng presto dan lain dapat menggunakan kemasan berbahan nylon/vacum. Kemasan berbahan nylon/vacum memiliki dua lapisan yaitu lapisan pelindung udara atau sinar dan lapisan dalam (PE) sebagai pembungkus dan seal.
- g. Kemasan Logam (Kaleng). merupakan kemasan yang paling aman karena kemasan ini dapat melindungi produk dari sinar matahari, uap air, dan oksigen.
- h. Kemasan Gelas
- i. Kemasan Plastik, Terbuat dari bahan dasar yang terbuat dari minyak bumi, batu bara atau gas alam dan dibentuk sesuai keperluan yang diinginkan. Biasanya dalam bentuk RIGID, SEMIRIGID atau electroforming dan kemasan monolayer lainnya
- j. Kemasan Kertas. Umumnya jenis kertas yang digunakan sebagai bahan kemasan adalah kelompok kertas industri

### **Persyaratan Kemasan**

- a. Kemasan harus melindungi isi, Baik dari pengaruh luar, pengaruh dalam, dan kemasan harus dapat menjaga mutu tetap terjaga
- b. Kemasan harus menjadi media penandaan terhadap barang yang dikemas sehingga label harus tercetak dengan jelas dan komplit.
- c. Kemasan harus mudah dibuka dan mudah ditutup kembali serta berdesain atraktif.
- d. Kemasan harus dapat mempromosikan diri sendiri jika dipajang di etalase toko atau swalayan.
- e. Bahan kemasan harus ramah lingkungan dan dapat didaur ulang.

## Label pada Kemasan

Pada kemasan ditempatkan label yang memberikan keterangan mengenai

- Nama makanan/merek dagang. Nama makanan dan merek dagang sangat dibutuhkan sebagai informasi terhadap konsumen mengenai jenis produk yang diperdagangkan.  
Berat bersih makanan.
- Berat bersih (*Netto*) sangat diperlukan konsumen agar tidak tertipu pada saat membeli. Adanya berat bersih produk pada kemasan menunjukkan kejujuran produsen terhadap konsumen bahwa alat pengukur timbangan yang digunakan sesuai dengan standar yang ada.
- Komposisi gizi makanan. Komposisi gizi makanan menunjukkan kandungan zat-zat gizi makanan yang terkandung dalam bahan. Kandungan gizi makanan yang standar adalah kadar karbohidrat, air, protein, lemak dan mineral. Informasi kandungan gizi sangat diperlukan konsumen untuk mengetahui sejauh mana manfaat makanan yang dikonsumsi bagi tubuhnya. Informasi kandungan gizi dapat dijadikan sebagai media promosi bahwa produk makanan yang dibuat mempunyai manfaat bagi konsumen.
- Nama dan alamat perusahaan yang memproduksi. Nama dan alamat perusahaan menunjukkan tempat dimana makanan dibuat/diproduksi. Informasi ini penting bagi konsumen untuk mengetahui kebenaran tepat produksinya.
- Kode produksi. Kode produksi bermanfaat bagi produsen dalam melakukan evaluasi/pengecekan kembali produk-produk yang dihasilkan. Apabila produk mengalami kegagalan/kerusakan pada produksi tertentu akan lebih mudah melakukan penarikan/pengecekan.
- Masa kadaluarsa. Informasi kadaluarsa sangat dibutuhkan oleh konsumen, hal ini berkaitan dengan keamanan pangan yang dikonsumsi. Selain itu informasi kadaluarsa juga bermanfaat bagi produsen dalam pengontrolan produk yang diperdagangkan sehingga produk yang ditawarkan tetap merupakan produk yang berkualitas.
- Label halal. Label halal diperlukan untuk meyakinkan konsumen yang beragama islam bahwa kandungan dari produk terdiri dari bahan-bahan dan proses produksi yang sudah



sesuai dengan syariat islam dan tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara islam.

### **Perizinan dan Sertifikat Halal**

Topik ini perlu disampaikan dalam penyuluhan karena mayoritas penduduk Indonesia menganut agama Islam dan sudah sangat memahami tentang pentingnya standar suatu produk.

Untuk meyakinkan mutu dan kualitas produk yang ditawarkan kepada para konsumen, para pengusaha biasanya memberikan jaminan berupa nomor registrasi produk yang tertera pada kemasan sebagai pengakuan bahwa produk yang dijual tersebut telah mendapat izin dan memenuhi standard yang ditetapkan oleh lembaga/badan yang ditunjuk pemerintah, misalnya Dinas Kesehatan, [BPOM](#), dan juga MUI.

Majelis Ulama Indonesia, melalui sub organisasinya, yaitu LPPOM (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika) adalah lembaga yang berwenang menetapkan suatu produk berhak memiliki label Halal.

Produk Halal adalah produk yang dikategorikan aman menurut syariat Islam. Label halal tersebut biasanya diberikan pada produk makanan, minuman, obat-obatan, maupun kosmetika yang telah memenuhi standar menurut kaidah-kaidah Islam, baik yang menyangkut komposisi bahan, proses pembuatan, dan tempat produksinya. Untuk berhak menggunakan label “Halal” pada kemasan produk yang diproduksi ataupun pada tempat usaha seperti restaurant dan catering, produsen harus mengajukan sertifikasi halal ke LPPOM.

Pada penyuluhan ini disampaikan pula bagaimana proses permohonan untuk mendapatkan izin produksi dan sertifikat halal.

Adapun proses dalam permohonan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Produsen mengajukan permohonan ke LPPOM dengan cara mengisi Borang (formulir) yang mencakup nama perusahaan, detail produk termasuk komposisi bahan yang digunakan, tempat produksi, dan juga proses pembuatannya.
2. Kemudian bagian sekretariat LLPOM akan melakukan pengecekan untuk kelengkapan dokumen yang diperlukan. Jika belum komplit, maka diminta untuk segera melengkapinya. Dan bila telah sesuai maka akan dilanjutkan dengan pemberitahuan jadwal audit ke tempat produksi. Audit tersebut dilakukan oleh Tim Auditor LLPOM, dan ketika audit/pemeriksaan berlangsung, tempat usaha harus sedang melakukan kegiatan produksi.

3. Selanjutnya, setelah Tim Auditor melakukan analisis dan evaluasi termasuk juga memperhatikan hasil lab (bila diperlukan), maka akan dilanjutkan pada tahap simpulan, yaitu melanjutkan laporannya ke Sidang Komisi Fatwa MUI (jika dinyatakan memenuhi syarat) atau ditolak/dikembalikan karena belum memenuhi standard yang syaratkan.
4. Setelah lulus tim audit, Komisi Fatwa MUI melakukan sidang guna memutuskan layak tidaknya suatu produk mendapatkan sertifikasi Halal. Keputusan diambil berdasarakan berbagai pertimbangan, salah satunya dari laporan yang disampaikan tim auditor. Jika sidang Komisi Fatwa menyatakan telah memenuhi standard sesuai dengan kaidah Islam, maka proses berikutnya pencetakan surat sertikat Halal.



**Gambar . Contoh Sertifikat Halal**

Sertifikat Halal suatu produk memiliki masa penggunaan selama dua tahun. Tiga bulan sebelum masa sertifikat tersebut lewat, produsen wajib melakukan perpanjangan dengan proses yang serupa.

### **Beberapa Contoh Inovasi Kemasan Makanan**

Sebelum mendapatkan pengetahuan tentang produksi makanan ringan Penting untuk mengetahui peran penting dari produksi kemasan makanan. Bukan hanya harga yang cantik. Namun ada juga peran desain kemasan untuk berbagai produk makanan. Ini adalah ulasan. Pada umumnya jajanan mengandung informasi penting berupa produk. Produk Label produk, tanggal kadaluarsa, nilai gizi, alamat dan deskripsi lengkap dari produsen lain sudah benar.

Berikut ini diberikan beberapa contoh gambar inovasi kemasan kuliner yang dapat meningkatkan nilai produknya.



**Gambar 1 :** Produk Tradisional, Kemasan Modern

Pada kemasan makanan ringan. Bagian tengah juga dimaksudkan agar transparan sehingga pembeli dapat melihat produk secara langsung



**Gambar 2.** Kemasan Kue Kering



**Gambar 3.** Kemasan Makanan Basah

## **BAB 3. KEMASAN RAMAH LINGKUNGAN**

### **Plastik sebagai Bahan Kemasan**

Hampir setiap produk menggunakan plastik sebagai kemasan atau bahan dasar. Material plastik banyak digunakan karena mempunyai sifat unggul, seperti ringan, transparan, tahan air, serta harganya relatif murah dan terjangkau oleh semua kalangan masyarakat. Akan tetapi plastik tidak mudah hancur karena lingkungan, baik oleh cuaca hujan dan panas matahari maupun mikroba yang hidup dalam tanah. Setiap tahun sekitar 100 juta ton plastik diproduksi dunia untuk digunakan di berbagai sektor industri. Kira-kira sebesar itulah sampah plastik yang dihasilkan setiap tahun. Menurut data dari Kementerian Lingkungan Hidup Indonesia menunjukkan bahwa jumlah sampah plastik yang terbuang mencapai 26.500 ton per hari. Data tersebut juga didukung oleh data dunia yang diperoleh dari Suyatma (2007), sampah dunia ternyata didominasi oleh sampah plastik dengan persentase 32%. Saat ini penggunaan plastik sebagai bahan pengemas menghadapi berbagai persoalan lingkungan, yaitu tidak dapat didaur ulang dan tidak dapat diuraikan secara alami oleh mikroba di dalam tanah, sehingga terjadi penumpukan sampah plastik yang menyebabkan pencemaran dan kerusakan bagi lingkungan. Kelemahan lain adalah bahan utama pembuat plastik yang berasal dari minyak bumi, yang keberadaannya semakin menipis dan tidak dapat diperbaharui. Sebenarnya sudah ada usaha mencampurkan polimer-polimer sintetik (misal, polisterena dan polietilena) dengan polimer alam (kanji, tepung tapioka, dan singkong) untuk menghasilkan poliblend yang terbiodegradasi secara parsial.

### **Kemasan Ramah Lingkungan**

Hal inilah yang mendorong para ahli untuk membuat kemasan yang ramah lingkungan, efektif, lebih praktis, dan dapat memperpanjang umur simpan. Diperlukan usaha-usaha lain untuk membuat kemasan berbasis polimer biodegradable. Polimer biodegradable adalah molekul-molekul besar yang dapat dihancurkan atau diurai mikroorganisme, khususnya bakteri dan jamur. Salah satu metode yang sedang dikembangkan adalah kemasan edible, yaitu kemasan yang bisa dimakan, antara lain dengan teknik coating (lapisan). Teknik ini juga kerap disebut sebagai edible film dan/atau edible coating.

Edible film / coating merupakan lapisan tipis dan kontinu, terbuat dari bahan-bahan yang dapat dimakan, dengan melapisi komponen makanan atau diletakkan diantara komponen makanan.

Lapisan ini bisa mencegah hilangnya senyawa-senyawa volatile pada aroma atau flavour khas suatu produk pangan. Aplikasi edible film /coating bisa digunakan pada potongan buah atau sayuran, dengan cara pencelupan, pembuihan, penyemprotan, penetasan, dan penetasan terkendali. Cara aplikasinya tergantung jumlah, ukuran, sifat produk, dan hasil yang diinginkan. Bahan dasar pembuatan edible film / coating dapat digolongkan menjadi tiga kelompok, yaitu hidrokoloid (protein, polisakarida), lemak (asam lemak), serta campuran (hidrokoloid dan lemak). Rumput laut merupakan salah satu penghasil hidrokoloid yang banyak digunakan dalam industri baik pangan, nonpangan, dan farmasi sebagai pembentuk gel, pengemulsi dan penstabil suspensi, pengikat, pengental, dan sebagainya

### **Beberapa Contoh Packaging Makanan yang Ramah Lingkungan**

Bagi pebisnis yang memiliki usaha resto dan menyediakan jasa take away atau layanan pesan antar GoFood, tentu packaging makanan menjadi hal penting yang perlu diperhatikan. Mengapa? Packaging yang baik dan berkualitas, tentu mampu melindungi makanan agar tetap dalam keadaan baik. Mulai dari ketika disiapkan, diantar Mitra Driver, hingga diterima oleh pelanggan. Di sisi lain, *packaging* makanan yang ramah lingkungan juga akan memberikan nilai plus bagi usaha,, lho! *Packaging* yang ramah lingkungan berarti menggunakan bahan-bahan yang dapat didaur ulang dan tidak mengandung bahan kimia berbahaya yang dapat merusak lingkungan.

Manfaat packaging makanan yang berkualitas diantaranya:

- a. Melindungi makanan. Agar makanan yang diterima konsumen dalam keadaan baik, tidak tumpah, tidak tercampur/teraduk, juga terlindungi dari debu dan kotoran yang bisa masuk, perlu dipilih *packaging* makanan yang memang sesuai dengan jenis makanan yang Anda tawarkan.
- b. Membuat makanan terlihat lebih menarik. Misalnya, apabila resto Anda menjual *rice box*, tentu akan lebih menarik jika menggunakan kemasan paper bowl dibandingkan kertas pembungkus biasa.
- c. Memperkuat brand dan karakter produk. Branding dan karakter produk ternyata bukan cuma bisa diperkuat lewat media sosial saja. Lewat kualitas produk beserta kemasannya juga bisa, lho! *Branding* yang kuat tentu akan membantu usaha Anda bisa lebih mudah dikenal dan selalu diingat pelanggan.

- d. Menambah kepercayaan pelanggan. Apabila produk yang Anda tawarkan enak dan *packaging*-nya juga tidak diragukan, jangan heran kalau pelanggan akan setia membeli dari usaha Anda.
- e. Membantu merawat lingkungan. Bayangkan, apabila Anda menggunakan *packaging* makanan yang ramah lingkungan, Anda bisa turut menjaga bumi kita. Yang dimaksud dengan bahan ramah lingkungan ialah bahan yang dapat didaur ulang, tidak mengandung bahan kimia berbahaya, terbuat dari bahan yang mudah diurai secara alami, serta aman untuk manusia juga lingkungan

Contoh *packaging* makanan yang ramah lingkungan antara lain:

### **Box Makanan**



Box makanan menjadi salah satu contoh *packaging* makanan yang ramah lingkungan, yang sering digunakan pemilik resto. *Box* makanan ini menggunakan bahan ekonomis, yakni kertas berjenis *duplex*, *kraft*, *ivory*, atau *greaseproof* yang tahan minyak. Ada pula *food grade paper* yang tentunya aman bagi kualitas makanan itu sendiri. *Box* makanan ini ukurannya beragam dan bisa disesuaikan dengan jenis atau makanan yang Anda jual. Selain itu, desainnya juga bisa Anda sesuaikan agar *branding* resto bisa semakin kuat.

### **Food Paper Bag**



Ini merupakan solusi bagi usaha resto yang ingin menggunakan *packaging* makanan ekonomis. *Food paper bag* biasanya digunakan untuk usaha resto, agar para pelanggan langsung memakan makanan sambil jalan. Salah satunya adalah untuk usaha roti. *Food paper bag* ini tentu lebih ramah lingkungan dibandingkan kantong plastik biasa karena terbuat dari bahan kayu dan kertas pulp. *Food paper bag* biasanya juga lebih tahan lama, lho!

### **Paper Bowl**



*Paper bowl* merupakan mangkuk dari bahan kertas yang banyak digunakan oleh resto untuk mengemas makanan dengan lebih praktis. *Paper bowl* juga termasuk kemasan yang aman dan dapat digunakan pada temperatur panas. Biasanya, *packaging* makanan yang ramah lingkungan ini bisa digunakan untuk mengemas makanan yang panas dan berkuah seperti bakso, bisa juga untuk mie ayam, *rice box* (misalnya nasi dan ayam geprek atau chicken katsu), atau makanan lainnya.

### **Paper Cup**



Fungsinya tak jauh berbeda dari paper bowl, hanya saja biasanya *paper cup* diperuntukkan bagi minuman panas atau makanan dingin, misalnya, teh atau kopi panas, serta es krim. *Paper cup* juga memiliki beragam ukuran yang bisa Anda sesuaikan dengan jenis minuman yang Anda jual.

Desainnya pun beragam. Ada yang putih polos, ada yang bisa ditambahkan logo, ada yang dilengkapi dengan tutup gelas, dan sebagainya.

### **Paper Tray**



*Paper tray* juga bisa menjadi contoh *packaging* makanan yang ramah lingkungan. Bedanya dengan *box* makanan ialah *paper tray* tidak memiliki penutup sehingga cocok untuk mengemas makanan yang ingin disantap langsung oleh pelanggan. Misalnya, bisa digunakan untuk nasi goreng, mie goreng, *fish and chips*, dan lainnya. *Paper tray* ini menjadi perlengkapan makan sekali pakai yang cocok bagi pemilik usaha resto yang tak ingin direpotkan dengan mencuci piring berkali-kali.

### **Snack Box**



Contoh *packaging* makanan yang ramah lingkungan selanjutnya ialah *snack box*. Biasanya jenis *packaging* ini digunakan sebagai wadah untuk menaruh makanan ringan. Fungsinya ialah untuk menjaga makanan agar tetap awet, sebelum para pelanggan menyantapnya. *Snack box* banyak digunakan untuk katering, acara kantor, acara seminar, dan lainnya

## DAFTAR PUSTAKA

- DetikFinance. (2021). Tips Berbisnis Kuliner Era Digital ala Pebisnis Sukses. DetikFinance. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5540117/tips-berbisnis-kuliner-era-digital-ala-pebisnis-sukses>*
- Lampost.co. (2017). Kemasan Dapat Meningkatkan Nilai Jual Produk IKM. LAMPOST.CO. <https://m.lampost.co/berita-kemasan-dapat-meningkatkan-nilai-jual-produk-ikm.html>*
- Nurmala, Sinari, T., Lilianti, E., Jusmany, Emilda, Arifin, A., & Novalia, N. (2022). Usaha Kuliner Sebagai Penggerak UMKM Pada Masa Pandemi Covid 19. AKM Aksi Kepada Masyarakat, 3(1), 65–74.*
- Perwitasari, D. A. (2021). Branding Produk Label Kemasan Sebagai Upaya Pengembangan Daya Tarik Pemasaran pada UMKM Rengginang di Kelurahan Pakistaji Wonoasih Kota Probolinggo. Jurnal Abdi Panca Mara, 2(1), 34–38. <https://doi.org/10.51747/abdipancamara.v2i1.741>*
- Sayuti. (2022). Cara Mudah Menjadi Anggota UMKM di Kota Tangerang. Semartara News. <https://semartara.news/cara-mudah-menjadi-anggota-umkm-di-kota-tangerang/>*
- Sucipta, N., Suriasih, K., & Kencana, P. K. D. (2017). Pengemasan Pangan, Kajian Pengemasan yang Amanm Nyaman, Efektif dan Efisien. Udayana University Press.*
- Suhadmin. (2020). Manfaat Kemasan dalam Membranding Produk. Dinas Perdagangan Dan Perindustrian. <https://disdagin.kulonprogokab.go.id/detil/1026/manfaat-kemasan-dalam-membranding-produk>*
- Widiati, A. (2019). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura), 8(2), 67–76. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>*