

NASKAH ORISINAL

Redesain Kemasan Bumbu Rujak Manis menjadi Sambelo Dressing untuk Segmen Pasar Gen Milenial dan Gen Z

Anny Maryani^{1,*} | Ratna Sari Dewi¹ | Retno Widyaningrum¹ | Arief Rahman^{1,*} | Adithya Sudiarno¹ | Dyah Santhi Dewi¹ | Andyna Aulia Rahma^{1,*} | Feritta Rosa Earlynda¹ | Ikhwan Nur Fatah¹ | Nabila Ramadhani Djatmiko^{1,*} | Nadhifa Qintharani Amira¹ | Aini Milania Adiati¹ | Daniel Chrisdio Dwi Nugroho¹ | Diah Kusuma Indrawati^{1,*} | Leonardo Aqilamiki Wijaya¹ | Mochammad Abiyyu Rahmat Agung¹ | Nahdia Amalia Choironi^{1,*} | Prambudi Bagasnanta¹ | Riztasya Qonitah Dewi¹ | Sheilla Della¹ | Zafira Khairunnisa¹

¹Departemen Teknik Sistem dan Industri,
Institut Teknologi Sepuluh Nopember,
Surabaya, Indonesia

Korespondensi

*Anny Maryani, Departemen Teknik Sistem dan Industri, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia. Alamat e-mail: annymaryani@ie.its.ac.id

Alamat

Laboratorium Perancangan Sistem Kerja dan Ergonomi, Departemen Teknik Sistem dan Industri, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

Abstrak

Generasi Milenial menghabiskan 85% waktunya di depan gadget, cenderung kurang olahraga, dan makan makanan cepat saji dengan nilai gizi rendah. Hal ini memberikan pengaruh kurang baik pada kesehatan. Beragam inovasi makanan dihadirkan sebagai pilihan untuk memenuhi kebutuhan makan. Saat ini banyak bermunculan varian olahan makanan dari luar negeri yang tinggi kalori, namun rendah protein dan vitamin. Salah satunya adalah salad buah yang disajikan dengan mayonaise tinggi kalori, susu tinggi gula, dan keju tinggi lemak. Sedangkan, Indonesia sendiri memiliki cara menikmati buah segar yang menyehatkan, yaitu rujak buah dengan bumbu kacang dan gula merah. Namun, kendala pembuatannya tidak praktis, sehingga kurang diminati. Melihat kondisi ini, Cak Mimin yang merupakan UMKM di Surabaya merintis bumbu rujak manis praktis. Bumbu Rujak Manis Cak Mimin cukup diminati masyarakat, mengingat budaya rujakan umum dilakukan masyarakat. Produk ini hadir dalam kemasan 250 gr dan 500 gr. Guna melebarkan pasar ke Generasi Milenial, maka dilakukan *repositioning* keunggulan produk. Pengembangan produk dilakukan dengan konsep *Kansei Engineering* yang mempelajari perilaku dan mendapatkan informasi kebutuhan konsumen. Selanjutnya dikembangkan alternatif pengembangan produk yang sesuai. Harapannya dengan adanya produk baru yang dihasilkan hasil *repositioning* ini, maka Bumbu Rujak Manis Cak Mimin dapat diterima Generasi Milenial untuk menghadirkan makanan yang sehat dan kaya gizi.

Kata Kunci:

Kansei *Engineering*, Generasi Milenial, Generasi Z, Bumbu Rujak Manis.

1 | PENDAHULUAN

Rujak manis yang terdiri dari buah-buahan segar dan saus kacang asam manis pedas merupakan salah satu makanan favorit masyarakat Indonesia. Rujak manis ini memiliki banyak manfaat karena menggunakan buah-buahan yang mengandung banyak vitamin. budaya rujakan umum dilakukan masyarakat saat kumpul bersama teman dan keluarga^[1]. Namun budaya rujakan ini lebih sering dilakukan oleh ibu-ibu dan berada di kampung. Hal ini disebabkan proses pembuatan bumbu rujak yang kurang praktis. Oleh karena itu Dian Ariesawati memiliki ide untuk membuka usaha pembuatan bumbu rujak manis yang praktis dengan merk dagang Cak Mimin.

Kehadiran produk Bumbu Rujak Manis Cak Mimin banyak diminati masyarakat. Hal ini terbukti bahwa penjualan *offline* maupun *online* yang terus meningkat. Produk Bumbu Rujak Manis Cak Mimin tersedia dalam 2 kemasan yaitu 250 ml dan 500 ml. Pangsa pasar penjualan Bumbu Rujak Manis Cak Mimin tidak hanya di Surabaya, namun juga sampai ke luar pulau Jawa, yaitu Sumatera dan Kalimantan. Bahkan Bumbu Rujak Manis Cak Mimin telah dibawa secara hand carry ke luar negeri yaitu Taiwan dan memunculkan order dari luar negeri.

UMKM Bumbu Rujak Manis Cak Mimin bermaksud mengembangkan pasar pada konsumen generasi Milenial dan generasi Z. Generasi Milenial atau generasi Y adalah populasi masyarakat yang lahir pada tahun 1980-1995. Sehingga pada tahun 2020 berada pada kisaran usia 25 tahun – 40 tahun. Sedangkan generasi Z adalah populasi masyarakat yang lahir pada kisaran tahun 1996-2005. Sehingga pada tahun 2020 berada pada usia 5 tahun sampai 24 tahun.

Saat ini Generasi Milenial berada pada populasi terbesar penduduk dunia. Menurut (STUDI LMU, 2018)^[2] bahwa Generasi Milenial menghabiskan 85% waktu dalam sehari untuk menggunakan *gadget*, merupakan orang-orang yang suka membaca, menyukai pengembangan diri, generasi milenial yang saat ini berusia sekitar 18 sampai 34 tahun memilih tinggal bersama orang tua sebelum mapan, memiliki pendidikan yang lebih tinggi daripada generasi sebelumnya, agak egois atau *self-centered*, orang-orang yang peduli dengan lingkungan, sangat suka beramal, mejadi generasi terbesar di dunia profesionalisme, sangat memikirkan pekerjaan, jarang mengambil cuti untuk liburan, mendambakan karier yang melejit dengan cepat.

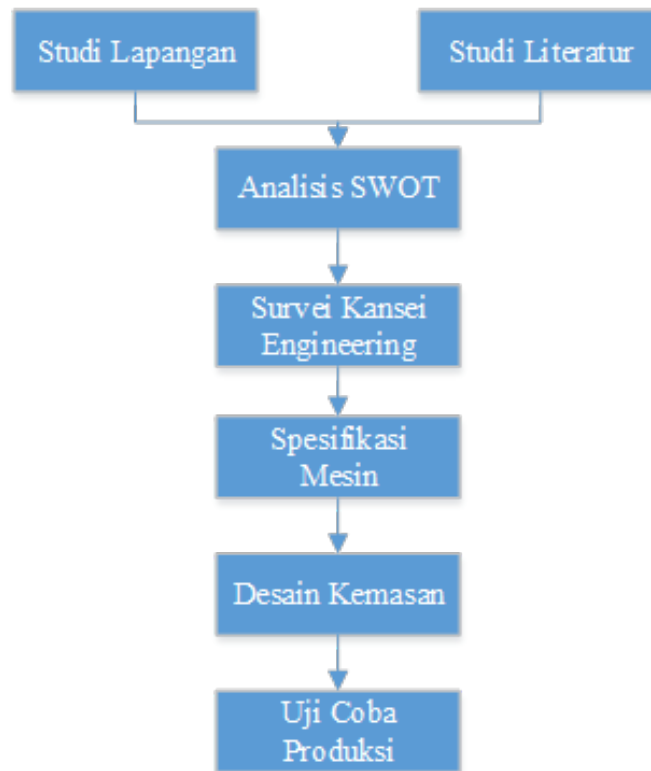
Kelemahan Generasi Milenial adalah kurang gerak (kurang olah raga) dan cenderung mengkonsumsi makanan cepat saji yang rendah gizi. Beraneka ragam inovasi makanan yang ditawarkan restoran atau start up menyasar selera Generasi Milenial dengan jenis makanan yang simple dan enak di lidah. Hal ini tentu saja akan mengganggu kesehatan Generasi Milenial pada jangka waktu yang akan datang. Menangkap kondisi ini maka Bumbu Rujak Manis Cak Mimin berupaya melakukan repositioning keunggulan bersaing dengan menciptakan sajian makanan pendamping yang sehat dan praktis, yaitu rujak buah segar dengan bumbu kacang yang praktis untuk Generasi Milenial.

Untuk itu Laboratorium Ergonomi dan Perancangan Sistem Kerja (Lab EPSK) dari Departemen Teknik Sistem dan Industri (DTSI) Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) melakukan pengabdian masyarakat di Bumbu Rujak Manis Cak Mimin yang beralamat di Banyu Urip Wetan V/4B, Kelurahan Putat Jaya, Kecamatan Sawahan, Kota Surabaya. Di dalam Lab EPSK mengampu mata kuliah Perancangan dan Pengembangan Produk, hal ini sangat sesuai dengan kebutuhan UMKM untuk meluaskan pasar pada generasi Milenial dan generasi Z dengan melakukan redesain kemasan bumbu rujak manis menjadi sambelo dressing untuk buah.

Kegiatan pengabdian yang akan dilakukan ini sesuai dengan Pusat Kajian Potensi Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat (PDMP) khususnya pada sektor Pengembangan UMKM. Dimana UMKM Bumbu Rujak Manis Cak Mimin merupakan UMKM yang inovatif dan berprestasi yang perlu didukung untuk terus berkembang. Dengan melebarkan pasar pada Generasi Milenial melalui produk ‘Sambelo Dressing’ diharapkan dapat meningkatkan omzet penjualan dan secara langsung akan dapat menolong lebih banyak karyawan dari daerah sekitar UMKM dan juga memperbanyak agen, reseller dan distributor. Saat ini omzet UMKM Bumbu Rujak Manis Cak Mimin adalah 10.654 botol per bulan dan masih dapat dikembangkan.

2 | METODOLOGI PENGABDIAN

Langkah-langkah pelaksanaan abdimas terlihat pada Gambar 1. Terdapat enam langkah utama yaitu studi lapangan dan studi literatur, analisa SWOT, perancangan dengan Kansei Engineering, spesifikasi mesin, desain kemasan dan uji coba produksi.



Gambar 1 Langkah pengabdian masyarakat.



Gambar 2 Mesin kupas bawang, mesin penggiling bumbu, dan mesin *filling*.

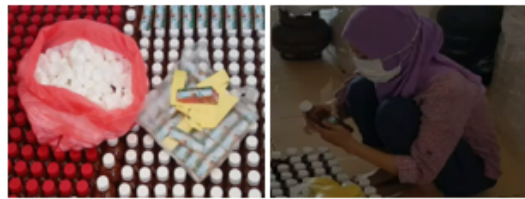
3 | PELAKSANAAN DAN HASIL PENGABDIAN

3.1 | Studi Lapangan dan Studi Literatur

Studi lapangan untuk mempelajari proses produksi hingga pengemasan. Bumbu Rujak Manis Cak Mimin menggunakan beberapa mesin semi-otomatis, seperti penggunaan mesin pengaduk untuk mencampur semua bahan agar tekstur merata, kemudian mesin penggiling bumbu, mesin pengupas bawang, dan mesin *filling* untuk menuangkan bumbu ke dalam kemasan botol. Mesin *filling* ini dapat mempermudah dan mempercepat proses pengemasan, namun ada masalah mesin mudah rusak karena pompa yang tersendat, dikarenakan viskositas bumbu yang bersifat kental. Botol kemasan Bumbu Rujak Manis Cak Mimin menggunakan jenis botol plastik PET, dimana tutup botol di kunci menggunakan mesin khusus.



Gambar 3 Proses pengemasan manual Bumbu Rujak Manis Cak Mimin.



Gambar 4 Proses pengemasan manual Bumbu Rujak Manis Cak Mimin.

Studi literatur difokuskan pada macam-macam kemasan untuk makanan khususnya yang dapat diterapkan untuk repositioning Bumbu Rujak Manis Cak Mimin. Berikut ini adalah beberapa alternatif kemasan yang dapat digunakan untuk produk yang bertekstur kental^[3-5]:

3.2 | Analisa SWOT

Proses penyusunan analisa SWOT dilakukan melalui wawancara dengan pemilik UMKM Bumbu Rujak Cak Mimin, studi literatur dan diskusi Tim Pengabdian^[6]. Tabel 1 menampilkan hasil analisa SWOT. Bumbu Rujak Manis Cak Mimin: Strategi potensial untuk pertumbuhan:

- Perluas target pasar pada generasi milenial (generasi Y) dan generasi Z. Peluang besar untuk menguasai pasar generasi milenial yang merupakan populasi terbesar penduduk dunia.
- Rencana pemasaran/branding. Perencanaan pemasaran atau branding menjadi hal yang sangat penting agar lebih unggul dari kompetitor^[7].
- Kemasan unik dan berstandar ekspor. Berpeluang membuka target pasar baru ke luar pulau dan luar negeri.
- Perpanjang sertifikasi halal. Sebagai salah satu standar masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam.
- Produksi produk berkualitas baik dengan beragam varian serta uji nutrisi sebagai salah satu standar masyarakat Indonesia untuk produk makanan.
- Peningkatan peralatan yang memadai pasar ekspor, khususnya dalam hal pengemasan produk.
- Penjadwalan produksi dan kerjasama dengan pemasok bahan baku yang fleksibel, khususnya untuk bahan baku yang musiman.



Gambar 5 Alternatif kemasan.

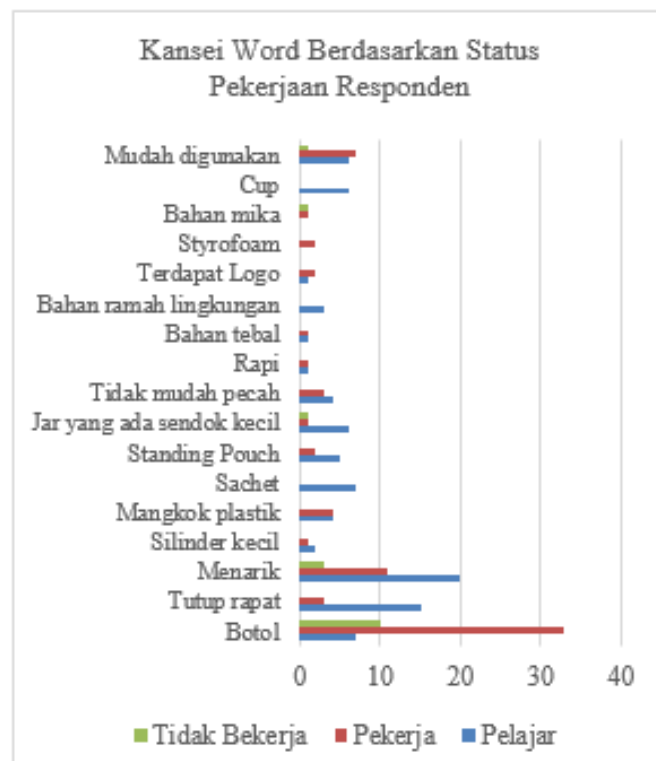
Tabel 1 Analisa SWOT

Strengths	Weaknesses
<p>1. Keunikan: Pelopor bumbu rujak manis dalam kemasan</p> <p>2. Produksi: Kualitas produk yang terjaga dengan bumbu racikan sudah standar sejumlah 500 produk per hari.</p> <p>3. Jenis produk: Varian produk yang beragam.</p> <p>4. Sumber daya manusia: Memiliki banyak reseller dan agen serta memberdayakan warga lingkungan sekitar.</p>	<p>1. Kurangnya desain kemasan: Belum memiliki keunikan, sulit mengeluarkan kacang dalam bumbu, dan tidak dapat memenuhi standar pengiriman luar pulau atau luar negeri.</p> <p>2. Masa sertifikasi hampir berakhir: Sertifikasi halal akan berakhir November 2021.</p> <p>3. Tenaga kerja: Kurangnya tenaga kerja dalam hal pengiriman barang.</p> <p>4. Peralatan: Penambahan alat untuk pengisian agar lebih cepat.</p>
Opportunities	Threats
<p>1. Peluang pasar: Kegemaran mengonsumsi rujak manis masyarakat Indonesia</p> <p>2. Target pasar: Pengembangan pasar untuk produk makanan sehat di luar pulau Jawa dan generasi Milenial.</p> <p>3. Kerjasama: Bekerja sama dengan lembaga kekinisan dan pihak ketiga dalam sektor pemasaran.</p> <p>4. Pesanan: Memperluas pasar di Generasi Milenial</p>	<p>1. Kompetisi: Adanya produk sejenis yang meniru Bumbu Rujak Manis Cak Mimin.</p> <p>2. Bahan baku: Terdapat bahan baku yang sifatnya musiman.</p>

3.3 | Pengembangan Produk dengan Kansei *Engineering*

Kansei *Engineering* merupakan sebuah metode pengembangan produk untuk menerjemahkan *image* atau perasaan pengguna (*consumer-oriented*)^[8]. Untuk melaksanakan metode Kansei *Engineering*, akan diperlukan pembuatan kuesioner yang nantinya akan disebar ke beberapa calon responden. Berikut merupakan desain kuesioner yang akan digunakan untuk survei kepada para pelanggan produk “Sambelo Dressing” Cak Mimin dan secara online dapat diakses pada <https://bit.ly/PakagingCakMimin>. Proses pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner kansei berhasil mendapatkan 119 responden. Kemudian dilakukan pemeriksaan data dan didapatkan 110 data responden yang dapat dilanjutkan pada pengolahan data. Persentase jenis kelamin responden yaitu 42% laki-laki, 57,1% perempuan dan sisanya tidak menjawab.

Selanjutnya untuk mendapatkan alternatif desain kemasan dari Kansei word yang telah terkumpul, maka dilakukan pemetaan dengan kategori pelajar generasi Z, pekerja generasi Y (milenial) dan tidak bekerja. Kansei word yang digunakan untuk menyusun kemasan baru Bumbu Rujak Manis Cak Mimin menjadi Sambelo Dressing adalah botol desain menarik, *sachet*, tidak mudah pecah, rapi dan mudah digunakan. Untuk kriteria botol dihilangkan mengingat saat ini kemasan yang ada adalah botol. Sehingga kemasan yang nantinya akan dibuat adalah *sachet*.



Gambar 6 Kategori kansei word berdasarkan kategori pelajar, pekerja dan tidak bekerja.

3.4 | Spesifikasi Mesin

Tantangan menentukan spesifikasi mesin adalah bahwa bahan yang akan dikemas adalah cairan kental dan memiliki granula kacang. Kriteria pemilihan mesin adalah kecepatan produksi sachet per jam, volume maksimal mesin, daya listrik, harga dalam rupiah. Selain itu juga dihitung jumlah sachet dan volume per 4 jam. Perhitungan produksi selama 4 jam dilakukan berdasarkan prediksi bahwa mesin pengemas sachet akan dioperasikan selama 4 jam setiap harinya. Kemudian persen produksi dilakukan untuk mendapatkan gambaran kapasitas mesin yang akan diberi. Dari analisa ini didapatkan bahwa semua mesin yang disurvei memiliki kapasitas yang melebihi kebutuhan UKM Bumbu Rujak Manis Cak Mimin. Kemudian hal kritis lainnya adalah harga dan kemampuan mengemas bahan cair kental bergranula.

Berdasarkan hasil survei, maka vendor Wiratech Jaya Mandiri adalah yang memiliki produk mesin pengisi (*filler*) pasta dan mesin *sealing vertical* untuk kemasan *sachet*. Detail gambar kedua mesin ada pada gambar 3.18 dan 3.19. Kedua mesin ini memang terpisah, namun memiliki spesifikasi dan fungsi sesuai dengan kebutuhan UKM Bumbu Rujak Manis Cak Mimin. Mesin *filler* tidak hanya dapat digunakan untuk mengisi kemasan sachet, namun juga dapat digunakan mengisi kemasan botol. Sedangkan mesin sealer juga dapat digunakan untuk menyegel berbagai ukuran kemasan *sachet*^[9].



Gambar 7 Mesin *filler* dan mesin *sealer*.

3.5 | Desain Kemasan

Desain kemasan dibuat sesuai dengan hasil survei pasar bahwa kemasan yang diinginkan adalah kemasan sachet yang praktis untuk digunakan tidak mudah pecah dan rapi. Kemasan dibuat 100 ml dengan tujuan penggunaan personal dengan ukuran 18 cm x 7 cm. Kombinasi desain kemasan sachet ditunjukkan pada tabel 3.4 di bawah ini. Terdapat enam alternatif desain kemasan yaitu GGWW1, GGWW2, NGWW1, NGWW2, NGSW1 dan NGSW2. Perbedaan desain kemasan terdapat pada ada tidaknya gambar dan apakah satu warna atau warna warni. Hal ini menjadi pertimbangan mengingat terdapat kesulitan tersendiri untuk mencetak pada media plastik.



Gambar 8 Desain kemasan Sambelo Dressing.

3.6 | Uji Coba Produksi

Uji coba produksi akan dilakukan oleh UKM Bumbu Rujak Manis Cak Mimin dengan menggunakan mesin filler yang diberikan oleh kegiatan pengabdian masyarakat ini dan dikombinasikan dengan mesin mixer yang dimiliki oleh UKM Bumbu Rujak Manis Cak Mimin. Selain itu juga akan menggunakan mesin sealer vertikal yang serbaguna



Gambar 9 Penyerahan mesin textitfiller dan mesin *sealer*.

4 | KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat dari Lab EPSK DTSI ITS yang dilakukan di UMKM Bumbu Rujak Manis Cak Mimin telah menghasilkan tiga output utama sebagai solusi dari analisa SWOT yang telah dilakukan. Hasil pertama adalah proses perpanjangan sertifikat halal untuk produk Bumbu Rujak Cak Mimin. Hasil kedua adalah desain kemasan produk Sambelo Dressing yang menggunakan plastik yang rapi dan mudah digunakan terutama untuk generasi milenial dan generasi Z agar menyukai untuk mengkonsumsi rujak buah. Hasil ketiga adalah penyerahan mesin filler yang mendukung proses produksi Sambelo Dressing. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengabdian masyarakat yang dilakukan telah tepat sasaran dan memberikan kebermanfaatan bagi obyek yaitu UMKM Bumbu Rujak Manis Cak Mimin. Meskipun suatu kesimpulan dapat meninjau hasil utama atau kontribusi dari makalah ini, jangan menduplikasi abstrak atau pendahuluan. Sebagai kesimpulan, Anda dapat menguraikan pentingnya pekerjaan atau menyarankan aplikasi potensial dan ekstensi.

5 | UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian masyarakat ini didukung oleh Direktorat Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya dengan nomor kontrak 144/PKS/ITS/2021. Ucapan terima kasih disampaikan kepada Laboratorium Ergonomi dan Perancangan Sistem Kerja (Lab EPSK) DTSI ITS. Selain itu ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bu Dian dan Pak Anwar selaku pemilik UMKM Cak Mimin.

Referensi

1. indonesia go id. Administrator. <https://indonesiagoid/ragam/kuliner/kebudayaan/rujak-kudapan-dengan-cita-rasa-nusantara-2018;>
2. STU DiLMU. Generasi Milenial. <https://wwwstudilmucom/> 2018;
3. Support. Inilah 7 Desain Kemasan Saus Sambal yang Menjual. <https://dikemascom/> 2018;
4. Ayuprint. Desain Kemasan Makanan Saus Sambal Siri Sriracha Hot Sause oleh Andre Moreira. <https://ayuprintcoid/> 2018;
5. Selera. 9 Merk Saus Tomat Terbaik 2021. <https://wwwseleraid/merk-saus-tomat-terbaik/> 2021;

6. Rangkuti F. *Analisa SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama 2013;.
7. Kotler P, L Keller K. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks 2009;.
8. Nagamachi M. Perspective and the New Trend of Kansei/Affective Engineering. *The TQM Journal* 2008;20(2):290–298.
9. Wiratech. Mesin Filling PPF-500T-Mesin pengisi cairan, Saos, Sambal, Kecap, Liquid. Surabaya, Jawa Timur. <https://shopee.co.id/Mesin-Filling/> 2020;.

Cara mengutip artikel ini: Maryani, A., Dewi, R. S., Widyaningrum, R., Rahman, A., Sudiarno, A., Dewi, D. S., Rahma, A. A., Earlynda, F. R., Fatah, I. N., Djatmiko, N. R., Amira, N. Q., Adiati, A. M., Nugroho, D. C. D., Indrawati, D. K., Wijaya, L. A., Agung, M. A. R., Choironi, N. A., Bagasnanta, P., Dewi, R. Q., Della, S., Khairunnisa, Z., (2022), Redesain Kemasan Bumbu Rujak Manis menjadi Sambelo Dressing untuk Segmen Pasar Gen Milenial dan Gen Z, *Jurnal Sewagati*, 6(2):192–200.