

## **CREATIVE PACKAGING SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK KULINER “SERUNDENG” SEBAGAI OLEH-OLEH KHAS BALI**

**Ni Luh Adisti Abiyoga Wulandari <sup>(1)</sup>; Mirah Ayu Putri Trarintya <sup>(2)</sup>  
I Wayan Budi Satriya <sup>(3)</sup>; Ida Bagus Gede Parandita <sup>(4)</sup>  
Ni Kadek Sintha Rila Cahyani <sup>(5)</sup>; Ni Nyoman Adityarini Abiyoga Vena Swara <sup>(6)</sup>**  
<sup>(1)(2)(3)(4)(5)(6)</sup>Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia  
Email: [adisabiyoga@unhi.ac.id](mailto:adisabiyoga@unhi.ac.id)

### **ABSTRACT**

*The emergence of Balinese Culinary MSMEs indicates that this business is very promising. One of them is the UMKM "Serundeng Bali" in Pesaban Village, Rendang District, Karangasem Regency. Mrs. Nyoman Ambih Hartini as a partner entrepreneur has been running this business for three years by utilizing the results of coconut plantations. So far, the abundant coconut plantation products besides being sold in the form of whole coconuts, are partly processed into a product of serundeng which has been used for family consumption and ceremonial needs as well as partly being traded to traditional markets around the business location. Product marketing is still limited because it does not have special packaging so there are no modern marketing efforts such as the use of social media and e-commerce. The product is also not equipped with a product label as the identity of the brand name and manufacturer. In addition, partner entrepreneurs do not yet have financial records, so they do not know the profit/loss of the business they have been running. Based on the analysis of the situation in the "Serundeng Bali" MSME, assistance is provided for the creation of creative packaging and product labels as an effort to increase product competitiveness so as to expand market and marketing. Through this assistance, it is hoped that partner entrepreneurs and employees will have the ability to innovate products through making attractive packaging and that MSMEs have a corporate identity in the form of product labels. In addition, assistance is provided for the use of social media and e-commerce as promotional media to strengthen branding and marketing activities for serundeng products as traditional culinary souvenirs typical of Bali.*

***Kata kunci: creative packaging, daya saing, serundeng, Bali***

### **Pendahuluan**

Pulau Bali dikenal sebagai salah satu destinasi wisata di Indonesia yang sudah sangat terkenal di mata dunia. Keindahan alam Bali serta keramahtamahan masyarakat lokal yang masih menjunjung tinggi nilai-nilai budaya, agama, seni dan adat istiadat yang sangat kental menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan dunia. Kekayaan alam Bali, manusia Bali, dan budaya Bali menjadi faktor

utama penentu keberhasilan pembangunan pariwisata di Provinsi Bali. Keberadaan sektor pariwisata juga menyebabkan tumbuh dan berkembangnya bisnis-bisnis baru sebagai pendukung aktivitas kepariwisataan di Bali seperti jasa penginapan, kuliner, dan pusat oleh-oleh. Bisnis oleh-oleh khas Bali merupakan salah satu peluang bisnis yang sangat menjanjikan. Wisatawan yang berkunjung pada sebuah destinasi wisata biasanya tidak lengkap tanpa membawa oleh-oleh saat kembali ke negara/daerah asalnya. Berbagai jenis produk oleh-oleh khas Bali yang sering diburu oleh wisatawan adalah souvenir Bali, kaos atau kain Bali, dan produk kuliner tradisional khas Bali. Para pelaku UMKM di bidang produksi oleh-oleh khas Bali dituntut untuk memiliki kreativitas dan inovasi yang tinggi sehingga dapat menarik perhatian dari wisatawan. Menurut Farsi *et al.* (2013), inovasi adalah salah satu faktor kunci untuk keberhasilan jangka panjang perusahaan dalam lingkungan bisnis, terutama pada pasar yang kompetitif. Organisasi harus mampu beradaptasi untuk mempertahankan daya saing pada lingkungan bisnis yang penuh dengan persaingan. Menurut Calantone *et al.* (2002), inovasi sebagai mekanisme kemampuan organisasi untuk menghasilkan ide-ide, produk, proses, dan sistem baru yang dibutuhkan agar dapat beradaptasi dengan perubahan serta persaingan pasar. Hal tersebut menunjukkan bahwa usaha peningkatan inovasi dibutuhkan oleh semua jenis organisasi, yaitu perusahaan jasa maupun manufaktur. Perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat meningkatkan inovasi organisasi agar mampu memberikan nilai tambah bagi penciptaan produk dan pembaharuan jasa bagi konsumen.

Kurangnya kemampuan untuk melakukan inovasi produk menjadi kendala tidak berkembangnya UMKM yang dijalankan oleh masyarakat lokal. Seperti yang dialami oleh UMKM milik pengusaha mitra bernama Ibu Nyoman Ambih Hartini yang menjalankan usaha produksi serundeng. Serundeng merupakan makanan khas Indonesia yang sering digunakan sebagai lauk-pauk nasi. Serundeng dibuat dari parutan kelapa yang digoreng hingga kuning kecoklatan dengan bumbu-bumbu seperti bawang bombay, cabai, bawang putih, bawang merah, ketumbar, kunyit, gula, asam jawa, daun salam, daun jeruk dan lengkuas. Bagi masyarakat Bali, serundeng tidak hanya sebagai produk konsumsi saja namun juga digunakan sebagai salah satu sarana pelengkap dalam pembuatan banten/upakara.

Pengusaha mitra menjalankan usaha pembuatan serundeng di Desa Pesaban. Desa Pesaban termasuk dalam wilayah Kecamatan Rendang, Kabupaten Karangasem, Provinsi Bali. Mata

pencaharian masyarakat Desa Pesaban bervariasi yakni sebagai petani, buruh tani, pegawai negeri sipil, peternak, karyawan perusahaan swasta, buruh lepas harian, dll. Topografi Desa Pesaban merupakan daerah berbukit dengan ketinggian 450 sampai dengan 500 meter di atas permukaan laut. Luas wilayah desa 321 Ha atau sekitar 5% luas Kabupaten Karangasem. Desa Pesaban memiliki potensi sumber daya alam yang kaya karena letak geografisnya yang baik dan strategis dalam aktifitas bercocok tanam. Hasil sumber daya alam yang dihasilkan di Desa Pesaban yaitu buah kelapa, dengan hasil sumber daya tersebut maka di desa ini banyak warga yang memproduksi *lengis tandusan*. Selain buah kelapa, terdapat hasil sumber daya alam berupa bunga pacah dan cengkeh.

Kekayaan sumber daya alam berupa kelapa inilah yang dimanfaatkan oleh pengusaha mitra sebagai bahan baku pembuatan serundeng. Harga buah kelapa utuh yang sering kali anjlok membuat pengusaha mitra berinisiatif untuk mengolah kembali kelapa tersebut menjadi produk makanan yang dapat diperjualbelikan di sekitar lokasi usaha. Seluruh pengerjaan masih dilakukan secara manual mulai dari proses memarut kelapa, pembuatan bumbu dasar hingga proses menggoreng parutan kelapa. Pengusaha mitra mengajak 3 (tiga) orang anggota keluarganya dalam menjalankan usaha ini. Pemasaran produk masih sangat terbatas dan hanya mengandalkan pesanan dan pemasaran dari mulut ke mulut. Serundeng yang sudah selesai di produksi biasanya dikemas dalam plastik sederhana ukuran 1/2kg, 1kg dan 2kg kemudian dipasarkan ke warung-warung ataupun pasar yang ada di sekitar lokasi usaha. Serundeng yang dikemas sederhana diperjualbelikan mulai harga Rp. 5.000 sampai dengan Rp. 25.000. Setiap bulannya UMKM ini bisa memproduksi sekitar 50 – 75kg serundeng. Pencatatan penjualan dan biaya yang dikeluarkan untuk setiap kali produksi juga belum dilakukan sehingga pengusaha mitra tidak mengetahui secara pasti keuntungan yang diperoleh dari usaha yang dijalankan tersebut. Selama ini pengusaha mitra hanya melihat keuntungan dari kemampuan memutar modal usaha setiap bulannya, jika penjualan yang diperoleh telah dapat digunakan untuk membayar upah tenaga kerja dan menutupi biaya produksi maka sudah dianggap untung oleh pengusaha mitra.

Melihat potensi sumber daya alam dari hasil perkebunan kelapa yang melimpah jumlahnya di Desa Pesaban, sehingga menjamin ketersediaan bahan baku yang digunakan untuk membuat serundeng. Ditambah lagi permintaan pada produk ini cukup besar karena selain sebagai produk konsumsi/lauk pauk tetapi juga dibutuhkan sebagai sarana pelengkap banten/upakara. Selain itu Desa Pesaban terletak di jalur wisata spiritual Pura Besakih yang banyak dikunjungi oleh wisatawan

mancanegara maupun wisatawan domestik dengan tujuan berwisata ataupun melakukan persembahyangan/*tirtayatra* di Pura Besakih.



**Gambar 1. Proses Pembuatan dan Produk Jadi Serundeng**

Sehingga melalui pengembangan usaha pada UMKM ini, akan ada inovasi produk oleh-oleh yang dapat dijadikan buah tangan bagi wisatawan yang berkunjung ke objek wisata spiritual Pura Besakih. Berdasarkan analisis situasi tersebut, maka UMKM ini memiliki prospek yang menjanjikan di masa mendatang, namun karena minimnya pengetahuan mengenai inovasi produk dan teknik pengemasan yang kreatif dan modern menyebabkan pemasaran produk menjadi masih sangat terbatas. Melalui inovasi dan pengemasan produk yang kreatif diharapkan nantinya produk serundeng ini tidak hanya dapat dipasarkan secara lokal saja, namun bisa dipasarkan melalui media sosial ataupun *e-commerce/marketplace* sebagai salah satu oleh-oleh khas Bali.

### **Metode Pemecahan Masalah**

Berdasarkan beberapa permasalahan yang ada di dalam kegiatan usaha mitra, maka Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan memberikan beberapa solusi permasalahan yang nantinya diharapkan dapat memberikan dampak yang positif bagi perkembangan usaha mitra tersebut. Dari permasalahan yang ada di lapangan, maka metode yang dapat dilakukan dalam upaya pemberian solusi yang terbaik yaitu:

a) Metode Pendampingan

Metode ini digunakan untuk memberikan pendampingan terkait inovasi dan pengemasan produk yang kreatif dan modern. Selain itu dilakukan pendampingan membuat *corporate identity* untuk dicantumkan pada setiap kemasan produk.

b) Metode Pelatihan/Praktek

Metode ini digunakan untuk dapat memberikan praktek kerja langsung terkait dengan teknik pengemasan, teknik menggunakan media sosial dan e-commerce serta teknik pembukuan sederhana seperti pencatatan kas, pemasukan dan pengeluaran, dan laba/rugi usaha.

c) Metode Diskusi

Metode ini dilakukan untuk menemukan solusi pemecahan permasalahan yang selama ini dihadapi dalam kegiatan usaha dari pengusaha mitra.

d) Metode Keberlanjutan

Metode ini dilakukan untuk memastikan bahwa kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini memiliki aspek keberlanjutan sehingga usaha UMKM Serundeng ini dapat lebih berkembang lagi di masa mendatang.

e) Metode Evaluasi

Metode ini dilakukan untuk memastikan bahwa kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dapat memenuhi target luaran dan indikator capaian yang telah ditetapkan sehingga jika terjadi hambatan dapat dilakukan upaya perbaikan dan penyempurnaan kegiatan di lapangan.

### **Hasil dan Pembahasan**

Adapun pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan beberapa tahap yaitu:

1) Kegiatan Pertama yaitu Sosialisasi Kegiatan

Kegiatan sosialisasi ini dilakukan untuk menyampaikan informasi mengenai latar belakang kegiatan, tujuan serta sasaran kegiatan. Pada kegiatan sosialisasi juga dilakukan identifikasi kebutuhan mitra untuk menentukan program pendampingan dan pengadaan alat/bahan yang diperlukan. Pada kegiatan ini, tim Pengabdian Kepada Masyarakat juga menyampaikan rancangan kemasan dan label produk Serundeng Bali yang akan digunakan oleh pengusaha mitra.

2) Kegiatan Kedua yaitu Penyuluhan Inovasi Produk

Kegiatan penyuluhan ini dilakukan untuk memberikan pengetahuan kepada pengusaha mitra tentang pentingnya inovasi produk. Selain itu dilakukan diskusi mengenai inovasi produk Serundeng Bali yang akan dikembangkan oleh pengusaha mitra. Pada kegiatan ini diputuskan

untuk mencoba mengembangkan Serundeng Bali Rasa Original dan Serundeng Bali Rasa Pedas Manis.



**Gambar 2. Sosialisasi dan Penyampaian Rancangan Kemasan dan Label**



**Gambar 3. Persiapan Bahan Inovasi Produk Serundeng Bali**

3) Kegiatan Ketiga yaitu Pelatihan Pengemasan Modern

Kegiatan ini diawali dengan pembuatan produk inovasi Serundeng Bali yaitu Serundeng Bali Rasa Original dan Serundeng Bali Rasa Pedas Manis. Kemudian dilanjutkan dengan praktik pengemasan modern dan pemberian label produk pada kemasan.



**Gambar 4. Praktik Pengemasan Modern Produk Serundeng Bali**

4) Kegiatan Keempat yaitu Pelatihan Pembukuan Sederhana

Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada pengusaha mitra mengenai pentingnya pembukuan sederhana sehingga pengusaha mitra dapat menghitung besarnya pendapatan, biaya dan laba/rugi dari usaha yang dijalankannya tersebut. Pengusaha mitra melakukan praktik perhitungan HPP dan mencoba memasukkan transaksi pada buku kas.



**Gambar 5. Pelatihan Pembukuan Sederhana**

5) Kegiatan Kelima yaitu Penyuluhan Pemanfaatan Media Sosial

Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan pengetahuan mengenai pemanfaatan media sosial dalam aktivitas pemasaran. Melalui pemanfaatan penggunaan media sosial ini sangatlah diperlukan untuk meningkatkan jejaring pemasaran dan komunikasi yang lebih intens dengan konsumen.

### **Simpulan dan Saran**

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a) Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah mulai dari kegiatan sosialisasi, penyuluhan inovasi produk, pelatihan pengemasan modern, pelatihan pembukuan sederhana dan penyuluhan mengenai pemanfaatan media sosial untuk pemasaran produk Serundeng Bali.
- b) Pengusaha mitra dan seluruh karyawannya yang merupakan mitra dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini berpartisipasi dalam tahap awal kegiatan hingga sampai tahap evaluasi. Mitra berpartisipasi sangat aktif dalam setiap kegiatan yang dilakukan.
- c) Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat meningkatkan orientasi kewirausahaan dengan menggunakan keunggulan bersaing berbasis sumber daya lokal sehingga memberikan tidak hanya dampak ekonomi saja tetapi juga dampak sosial di masyarakat.

Diharapkan untuk kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat berkelanjutan sehingga lebih banyak dapat membantu mendukung perekonomian sekaligus memberikan dampak positif bagi kehidupan sosial di masyarakat.

### **Ucapan Terima Kasih**

Pengabdian Kepada Masyarakat ini terlaksana berkat bantuan Hibah Internal Universitas Hindu Indonesia yang difasilitasi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Hindu Indonesia. Terima kasih kami sampaikan kepada pengusaha mitra Serundeng Bali Desa Pesaban Kangin, Kecamatan Rendang, Karangasem yang menjadi mitra kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2022.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- BPS. 2022. Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap PDB Indonesia Tahun 2010 – 2019. <http://www.bps.go.id>
- Calantone, R. J., Cavusgil, S. T., & Zhao, Y. (2002). Learning Orientation, Firm Innovation Capability, and Firm Performance. *Industrial Marketing Management*, 31, 515-524. [https://doi.org/10.1016/S0019-8501\(01\)00203-6](https://doi.org/10.1016/S0019-8501(01)00203-6)
- Farsi, J. Y., Azizi, M. and Espahbod, S. (2013) 'The Role of Process Maturity on Innovation and Performance of Entrepreneurial Opportunistic Organizations : A Case Study on Nano Firms', *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 1(2), pp. 51–70.
- Kotler, P and K Keller. (2012). *Marketing Management*. 14<sup>th</sup> Edition, Pearson Education, Inc, Publishing as Prentice Hall, One Lake Street, Upper Saddle River, New Jersey 07458
- Rai Utama, I Gusti Bagus. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Penerbit Andi, Yogyakarta