

PENGEMBANGAN PRODUK TEH GELATÉ DALAM PROGRAM MAGANG DAN STUDI INDEPENDEN BERSERTIFIKAT (MSIB) DI SEKOLAH EKSPOR

Eka Wulan Nurjanah^{1*}, Faridah Handayasari²

^{1*}Fakultas Ilmu Pangan Halal Universitas Djuanda, b.2110691@unida.ac.id

²Fakultas Ilmu Pangan Halal Universitas Djuanda, faridah.handayasari@unida.ac.id

ABSTRAK

Pengembangan produk merupakan salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing industri pangan melalui inovasi. Produk teh sebagai minuman populer memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi produk bernilai tambah. Namun, inovasi produk teh dalam bentuk praktis dan berbeda masih terbatas, sehingga diperlukan pengembangan produk baru. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan produk inovasi berupa teh gelatin (Gelaté) dalam program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) di Sekolah Ekspor. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui observasi dan praktik langsung dalam proses pengembangan produk yang mencakup desain kemasan. Hasil penelitian menunjukkan desain kemasan meningkatkan daya tarik visual produk. Kemasan yang praktis mudah dibuka membuat pengguna lebih nyaman dan efisien serta pengemasan menggunakan bahan OPP dan PE mampu melindungi produk. Produk Gelaté berpotensi dikembangkan sebagai produk inovatif dengan nilai tambah tinggi dan peluang ekspor.

Kata Kunci: pengembangan produk, teh, gelatin, inovasi pangan, kemasan

PENDAHULUAN

Salah satu program dalam MSIB adalah "*Be a Digital Exporter*," yang diselenggarakan oleh Yayasan Sekolah Ekspor Nasional. Program ini bertujuan untuk melatih mahasiswa dengan pengetahuan dan keahlian dalam bidang ekspor digital. Dalam program ini, Yayasan Sekolah Ekspor Nasional memberikan pengenalan terkait ekspor produk dan langkah-langkah awal sebagai eksportir pemula. Mahasiswa yang mengikuti program di Sekolah Ekspor juga melakukan realisasi dalam *Export Startup Team* (TSE). Pengembangan produk adalah suatu kegiatan yang dilakukan dalam menghadapi perubahan suatu produk kearah yang lebih baik (Saribu & Maranatha, 2020). Inovasi dan kreatifitas perusahaan dituntut untuk menyempurnakan produk yang sudah

ada dan mengembangkan produk baru dengan menerapkan kreatifitas perusahaan dilakukan untuk meningkatkan daya saing dalam mempertahankan kelangsungan hidup dan profitabilitas perusahaan (Wijaya & Maghfiroh, 2018).

Pengembangan produk mencakup penentuan kualitas, ukuran, bentuk, daya tarik, pelabelan, branding, pengemasan, dan sebagainya untuk menyesuaikan dengan selera yang terus berkembang (Wijaya & Maghfiroh, 2018). Teh merupakan minuman yang sangat populer dan digemari oleh masyarakat Indonesia serta di seluruh dunia. Kebanyakan masyarakat memanfaatkan teh sebagai minuman yang menyegarkan dan menyehatkan (Akbar & Arini, 2019). Menurut Kotler & Amstrong (2008), *“packaging involves designing and producing the container or wrapper for a product”* yang berarti, kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi, untuk melindungi produk. Tujuan dari dilakukannya pengembangan produk teh gelatin ini yaitu menciptakan pembaruan bagi produk teh dan meningkatkan daya saing produk, selain itu Pengembangan produk yang efektif dapat meningkatkan kepuasan loyalitas pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui observasi dan praktik langsung dalam kegiatan program MSIB di Sekolah Ekspor. Data yang diperoleh melalui penelusuran ilmiah berdasarkan jurnal ilmiah, artikel penelitian, dan berbagai sumber yang relevan dengan penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literatur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk Gelaté merupakan inovasi teh dalam bentuk lembaran dengan tekstur kenyal seperti edible film. Teh yang digunakan adalah teh wangi yang memiliki aroma khas melati dan kandungan antioksidan (Chen *et al.*, 2016; Wibowo *et al.*, 2022). Penambahan gelatin berfungsi sebagai pembentuk gel yang memberikan tekstur khas

pada produk (Aris *et al.*, 2020). Pembuatan produk gelaté didasari oleh inovasi berupa pengembangan produk teh seduh. Kemasan pada produk gelaté dibuat dengan tampilan desain menarik yang berisikan informasi produk. Tujuan dari *product packaging* adalah untuk menarik perhatian konsumen, melindungi produk dari kerusakan, memudahkan penyimpanan dan pengiriman, serta mencerminkan merek dan nilai-nilai perusahaan. Kemasan yang praktis dan mudah dibuka membuat pengguna lebih nyaman dan efisien. Pengemasan dilakukan untuk melindungi produk yang dikemas serta penunjang transportasi dan distribusi produk.

Desain kemasan

Kemasan adalah desain kreatif yang mengintegrasikan bentuk, struktur bahan, warna, citra, tipografi, serta elemen desain lainnya dengan penyajian informasi produk sehingga dapat dipasarkan (Klimchuk & Sandra, 2007). Desain kemasan produk gelaté memiliki warna dasar perpaduan kuning dan hijau gradasi, dengan tambahan warna putih dan biru dalam logo serta tulisan yang berisikan informasi mengenai produk. Kemasan gelaté mencantumkan beberapa aspek penting kemasan seperti nama produk yang merupakan aspek penting dalam produk sebagai identitas sebuah produk, logo produk, berat isi bersih, komposisi atau daftar bahan yang digunakan, alamat produsen, dan saran penyajian produk gelaté. Kemasan produk gelaté juga mencantumkan informasi tambahan seperti nomor ER (*Export Ready*). Menurut (Hasibuan *et al.*, 2020) logo yang baik yaitu logo harus bersifat basic sehingga mudah dikenali, mudah dibaca, terlihat jelas, runtut, dan mudah dipahami. Logo dapat dibedakan menjadi beberapa tipe, seperti *logogram*, *logotype*, dan perpaduan antara *logogram* dan *logotype*. Bentuk logo produk gelaté yaitu lingkaran berwarna biru dengan huruf G berwarna putih di tengah, dengan kata lain logo pada produk gelaté menggunakan tipe *logogram*. *Logogram* adalah gambar yang mewakili makna, atau lebih mudahnya logogram adalah logo yang dituangkan dalam bentuk gambar (Oscario, 2013). Makna pada logo produk gelaté yaitu, huruf G

yang bermakna gelatin, kemudian warna biru yang melambangkan kesuburan. Kesuburan di sini bermaksud produk gelaté yang subur akan manfaat serta penjualannya kelak.

Jenis Kemasan

Pada produk gelaté, kemasan yang dipilih berbentuk *standing pouch* untuk memudahkan penyimpanan dan penggunaan. Kemasan juga dilengkapi dengan klip (*ziplock*) sehingga produk tetap tertutup rapat dan terjaga kebersihannya. Persyaratan kemasan yang baik untuk bahan pangan yaitu rendahnya permeabilitas udara, tidak menyebabkan perubahan warna produk, tidak bereaksi dengan produk sehingga menjaga cita rasa, tahan terhadap oksidasi dan kebocoran, tahan panas, mampu melindungi kandungan air dan lemak, mudah diperoleh, dan murah (Dewi *et al.*, 2022). Kemasan yang digunakan yaitu kemasan *standing pouch* berbahan plastik dengan 2 jenis plastik yang berbeda, yaitu *Oriented Polypropylene* (OPP) yang memiliki karakteristik atau sifat kemasan *polypropylene* yaitu transparan sehingga penghalang yang sangat baik untuk uap air, ketahanan terhadap temperature cukup baik, tahan terhadap bahan kimia dan minyak (Nugraheni, 2018; Sampurno, 2006) pada bagian dalam, dan Polietilen yang lunak, transparan, fleksibel, mempunyai tahan benturan serta kekuatan sobek yang baik pada bagian luar. Plastik PE memiliki tingkat permeabilitas gas yang rendah, sehingga sesuai digunakan sebagai bahan kemasan untuk membungkus atau menyimpan produk pangan yang memerlukan perlindungan dari oksigen dan kelembaban (Deglas, 2023).

KESIMPULAN

Pengembangan produk Gelaté di Sekolah Ekspor melibatkan pembuatan kemasan dengan fokus pada kualitas, daya tarik, pelabelan, dan pengemasan. Desain kemasan produk memainkan peran penting dalam menarik konsumen. Elemen penting seperti nama produk dan logo digunakan sebagai identitas produk serta untuk membedakan produk satu dan lainnya. Produk Gelaté, dikemas dalam kantong berdiri (*standing pouch*)

tertutup yang aman dan efektif. Pengembangan produk, terutama dalam industri makanan, sangat penting untuk tetap kompetitif dengan memperkenalkan produk baru, meningkatkan produk yang sudah ada, dan meningkatkan penggunaan produk.

REFERENSI

- Akbar, C. I., & Arini, F. A. (2019). Teh Rambut Jagung dengan Penambahan Daun Stevia Sebagai Alternatif Minuman Fungsional Bagi Penderita Diabetes Melitus Tipe 2. *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan*, 8(2).
- Aris, Sri E., Aji J. & Syahrir Akil. (2020). Identifikasi Titik Kritis Kehalalan Gelatin. *Jurnal Pangan Halal*. 2(1), 17-22
- Chen M, Zhu Y, Liu B, Chen Z, Zheng J, Guan M. 2016. *Changes in the Volatiles, Chemical Components and Antioxidant Activities of Chinese Jasmine Tea During the Scenting Processes. International Journal of Food Properties*. 681-93.
- Deglas, Welly. (2023). Pengaruh Jenis Plastik Polyethylene (PE), Polypropylene (PP), High Density Polyethylene (HDPE), Dan Overheated Polypropylene (OPP) Terhadap Kualitas Buah Pisang Mas. *Jurnal Pertanian dan Pangan AGROFOOD*, 5(1).
- Dewi, R.P. Luh Putu T.D., & Komang A.N. (2022). Pengaruh Jenis Kemasan Terhadap Karakteristik Cookies Ampas Tahu Selama Penyimpanan. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Pangan*, 11(2), 261-271
- Hasibuan, A. Z., Lubis, A. J., & Asih, M. S. (2020). Pelatihan Desain Logo Bagi Remaja Masjid Al-Bayan. *Prioritas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(02), 27-30.
- Klimchuk, Marianne Rosner & Sandra A. Krasovec. (2007). *Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan*. Erlangga: Jakarta
- Kotler, Philip Gary Armstrong. 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1, Erlangga, Jakarta

- Nugraheni, A. W, Apri D. A., & Eko N. D. (2021). Pengaruh Jenis Asam Terhadap Karakteristik Gelatin Kulit Ikan Ayam-Ayam (*Abalistes stellaris*). *Jurnal Ilmu dan Teknologi Perikanan*. 3(2), 78-85
- Oscario, A. (2013). *Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand*.
- Sampurno, R. B. (2006). Aplikasi Polimer dalam Industri Kemasan. *Indonesian Journal of Materials Science*. 2006:15-22
- Saribu, H. D. T. S., & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan pada PT. Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, 6, 1–6.
- Wibowo, N. K., Marcellino R., Djoko A. P. (2022). Aktivitas Antioksidan Teh Hijau dan Teh Hitam. *Jurnal Camellia*. 1(2)
- Wijaya, T., & Maghfiroh, A. (2018). *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan* 2 (1) 2018. P: 87-98 *Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Produksi (Studi Pada Tape "Wangi Prima Rasa" di Binakal Bondowoso)*.
<https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/profit>