



Pendampingan Packaging Dan Label Produk Makanan Pada Usaha Bumbu Oma Nusantara

Adriana Madya Marampa¹, Chrismesi Pagiu², Rati Pundissing³

¹⁻³ Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Indonesia Toraja

Alamat: Jl. Jendral Soedirman Makale Tana Toraja

Email: marampaadriana09@gmail.com¹, chrimesipagiu@gmail.com², ratihpundissing@gmail.com³

Abstract. *This community service activity was carried out with the aim of improving packaging quality and providing clear information to consumers, thereby enhancing visual appeal and market value. The service was conducted at a business producing seasoning for soup noodles and fried noodles, namely Bumbu Oma Nusantara. The method used in this activity involved lectures and hands-on practice on labeling and product packaging. The result of this service activity is the creation of a seasoning product that has been packaged and labeled with a more professional appearance, making it more ready for broader marketing. Products that were previously packaged simply now have greater appeal to consumers.*

Keywords: *Micro Enterprises, Product Packaging, Product Labeling.*

Abstrak. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas kemasan, memberikan informasi yang jelas kepada konsumen sehingga dapat meningkatkan daya tarik visual serta nilai jual. Pengabdian dilakukan pada salah satu usaha yang memproduksi bumbu mie kuah dan mie goreng yakni Bumbu Oma Nusantara. Metode pengabdian dilakukan dengan cara ceramah dan praktek langsung tentang pemberian label dan pengemasan suatu produk. Hasil dari pengabdian ini adalah terciptanya produk bumbu yang telah dikemas dan dilabeli dengan tampilan yang lebih profesional, sehingga lebih siap untuk dipasarkan secara luas, produk yang sebelumnya dikemas secara sederhana kini memiliki daya tarik pada konsumen.

Kata Kunci: Usaha Mikro , Kemasan Produk , Label Produk.

1. PENDAHULUAN

Home Industry atau Industri Rumah Tangga adalah merupakan bagian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Di Indonesia UMKM merupakan salah satu usaha yang mendukung pertumbuhan ekonom Indonesia. Perkembangan jumlah industri rumah tangga dari tahun ke tahun semakin bertambah. Perkembangan Usaha Mikro dapat dilihat dari sisi jumlahnya saja, secara umum dalam aspek mutu atau kualitas terutama dalam hal strategi branding (labeling dan packaging) dan teknis-teknis marketing hanya sedikit yang mengalami peningkatan. Hal ini tak lepas dari ketidakmaksimalan pelaku UMKM untuk memperhatikan branding maupun teknis-teknis marketing produk yang dihasilkan. UMKM di bidang makanan dan minuman tentu akan menjamur dalam beberapa tahun kedepan maka diperlukan pembeda atau identitas yang melekat pada produk tersebut agar tidak kalah saing.

Peningkatan branding packaging menjadi strategi yang menjanjikan dalam proses pemasaran produk.[1] Packaging yang secara langsung menjadi penampilan produk merupakan identitas produk tersebut sehingga pengelolaan penampilan menjadi salah satu aspek penting yang harus diperhatikan oleh pelaku industri rumah tangga, karena lima detik pandangan pertama sangat menentukan pilihan para konsumen sehingga penampilan sangatlah

penting artinya bagi konsumen di pasaran.

Pengemasan merupakan bagian penting di dalam proses produksi. Hal ini dikarenakan pengemasan berfungsi untuk dapat meningkatkan kualitas dan juga keamanan, khususnya di dalam produk pangan.[2] Pembuatan kemasan untuk melindungi produk dari goresan atau cacat produk yang membuat produk menjadi rusak. Selain itu juga kemasan produk tidak hanya difungsikan pada saat proses pendistribusian barang dari pabrik ke distributor, namun juga melindungi produk ketika berada di toko-toko retail. Kemudian dengan adanya stiker baru membuat produk kripik talas lebih dikenal, menarik perhatian[3] Kemasan bukan hanya sekedar nama, simbol dan logo atau gambar, melainkan semua yang ada dalam benak konsumen. Melalui logo atau gambar khalayak umum dapat mengenali suatu produk dan dapat mengkaitkannya dengan asosiasi tertentu[2]

Pada awalnya packaging hanya berfungsi sebagai wadah atau bungkus yang berfungsi untuk melindungi atau menutupi atau untuk memudahkan suatu produk dibawa, tetapi seiring perkembangan zaman, packaging dituntut untuk mampu menumbuhkan ketertarikan konsumen untuk membeli.[4] [5] label merupakan suatu yang sangat penting bagi produk karena dengan label tersebut konsumen dapat mengenal dan mengingat produk tersebut, hal ini disebabkan produk telah memiliki identitas yang berisi informasi tentang produk tersebut.

Pengelolaan penampilan suatu produk dan teknis-teknis pemasaran maka perlu adanya pembinaan bagi para pelaku usaha industri rumah tangga baik dari pemerintah, perguruan tinggi maupun swasta dalam rangka meningkatkan penghasilannya. Demikian juga halnya bagi para pelaku usaha mikro yang berada di Kelurahan Rante Kalua Pasar Getengan yang memproduksi bumbu makananan khususnya bumbu Mie Kuah.Selama ini bumbu mie kuah hanya dikemas dalam plastik biasa yang tentunya kurang menarik dimata konsumen.

2. Permasalahan

Permasalahan yang terdapat di lapangan adalah:

- a. Produk yang dijual menggunakan kemasan yang sederhana cenderung minim elemen visual dan material yang basic, sehingga dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dan nilai produk. Produk dengan kemasan sederhana bisa kalah bersaing secara visual dengan produk lain yang kemasan yang lebih menarik dan inovatif dan sulit menciptakan identitas brand yang kuat serta membedakan produk dari competitor
- b. informasi produk dalam kemasan belum lengkap meliputi aspek identitas produk, bahan atau komposisi, petunjuk penggunaan, tanggal produksi dan kadaluwarsa, serta informasi produsen dan aspek legal yang wajib dipatuhi. Informasi tersebut harus termuat secara

lengkap dan jelas, kemasan menjadi alat komunikasi yang efektif antara penjual dan pembeli.

3. Tujuan

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah:

- a. Meningkatkan kualitas kemasan produk agar dengan kemasan yang tepat produk lebih tahan lama dan tetap terjaga kesegarannya. Kegiatan pengabdian ini memberi edukasi dan pelatihan terkait pemilihan kemasan yang sesuai, Teknik pengemasan yang benar, dan cara menjaga kebersihan saat proses pengemasan agar kualitas produk tetap optimal
- b. Memberikan Informasi yang Jelas kepada Konsumen
Label membantu menyampaikan informasi penting seperti nama produk, komposisi bahan, tanggal kedaluwarsa, izin edar, berat bersih, dan informasi produsen, sehingga konsumen dapat membuat keputusan pembelian yang tepat.
- c. Meningkatkan daya tarik visual dan nilai jual, kemasan yang menarik dan informatif dapat meningkatkan daya Tarik produk. Kegiatan pengabdian ini membantu pelaku usaha mikro dalam hal desain kemasan sederhana tapi efektif, cara menampilkan informasi produk yang lengkap dan jelas. Dengan kemasan yang menarik, produk cenderung lebih mudah diminati dan meningkatkan penjualan
- d. Mendukung pengembangan usaha dan daya saing dipasar lebih luas. Dengan kemasan yang lebih profesional dan standar produk usaha mikro dapat bersaing tidak hanya di pasar tradisional tapi di pasar modern.

4. Manfaat

Manfaat kegiatan pengabdian antara lain:

- a. Bagi Peserta Pelatihan
Peserta khususnya pemilik usaha dapat memperoleh pengetahuan praktis mengenai teknik pengemasan yang tepat, pemilihan bahan kemasan yang sesuai serta cara membuat desain kemasan yang menarik dan informatif, peserta dapat meningkatkan kualitas kemasan produk sehingga produk lebih kompetitif dipasar local maupun modern, dapat memberi peluang pasar serta pemasaran
- b. Bagi Pelaksana Kegiatan
Melalui kegiatan pengabdian ini tim dosen sebagai pelaksana kegiatan dapat meningkatkan keterampilan aplikatif dibidang packaging, pemasaran, pengelolaan usaha mikro melalui kegiatan pendampingan sehingga membantu pemberdayaan ekonomi masyarakat secara langsung dan berkelanjutan serta dapat memperluas jaringan profesional dengan pelaku

usaha, pemerintah daerah, dan institusi lain, jaringan ini dapat membuka peluang kolaborasi penelitian, pengembangan produk dan program pengabdian lanjutan.

5. Metode Pelaksanaan

Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada tanggal 13 April 2025. Pengabdian dilaksanakan oleh tim, dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja. Penyuluhan ini langsung dilakukan kepada pemilik usaha. Metode penyuluhan langsung yang digunakan yaitu kombinasi antara ceramah dan praktek langsung tentang pengemasan produk. Ceramah dilaksanakan sebanyak dua tahap : 1) ceramah tentang pentingnya label pada kemasan (packaging) produk, 2) ceramah tentang bentuk kemasan produk. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan pendekatan edukatif dan aplikatif, bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam membuat label produk serta merancang bentuk kemasan yang menarik dan fungsional, khususnya untuk produk bumbu mie kuah dan mie goreng. Adapun penjelasan kegiatan dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini :

Tabel 1. Rounddown Kegiatan

Waktu	Kegiatan	Deskripsi	Metode
08.00-08.30	Registrasi dan Pembukaan	Pendaftaran peserta, sambutan dari tim pelaksana	Tatap muka
08.30 – 09.30	Penyuluhan Kemasan & Label Produk	Penyampaian materi tentang pentingnya kemasan dan label dalam pemasaran produk bumbu mie kuah dan goreng.	Ceramah interaktif
09.30 – 10.30	Praktik Pembuatan Label Produk	Peserta membuat label produk sendiri menggunakan template sederhana yang disiapkan	Praktik dan pendampingan
10.30 – 11.30	Desain & Simulasi Pengemasan Produk	Peserta mencoba berbagai bentuk kemasan dan mengemas produk bumbu mereka secara langsung.	Simulasi dan praktik langsung
11.30 – 12.00	Evaluasi dan Penutupan	Penilaian hasil label dan kemasan, diskusi, serta dokumentasi hasil kegiatan.	Diskusi & dokumentasi

6. HASIL

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan dampak positif yang nyata bagi pelaku usaha, khususnya dalam meningkatkan pemahaman mereka terhadap pentingnya label dan kemasan produk. Para peserta menyadari bahwa label bukan hanya pelengkap, tetapi bagian penting dari informasi produk yang harus mencantumkan komposisi, tanggal kedaluwarsa, berat bersih, serta identitas produsen untuk memenuhi standar produk pangan.

Melalui sesi pelatihan dan praktik langsung, peserta berhasil merancang label produk bumbu mie kuah dan mie goreng yang lebih informatif dan menarik secara visual. Mereka mampu menggunakan desain sederhana namun efektif yang mencerminkan ciri khas produk dan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, peserta juga dibimbing dalam memilih bentuk kemasan yang lebih sesuai, seperti standing pouch atau botol kecil, yang lebih praktis, higienis, dan aman untuk penyimpanan produk bumbu.

Salah satu hasil nyata dari kegiatan ini adalah terciptanya produk bumbu yang telah dikemas dan dilabeli dengan tampilan yang lebih profesional, sehingga lebih siap untuk dipasarkan secara luas. Produk yang sebelumnya dikemas secara sederhana kini memiliki daya tarik lebih dan berpotensi untuk masuk ke pasar ritel,

Seluruh proses dan hasil kegiatan didokumentasikan dengan baik, termasuk contoh produk sebelum dan sesudah pendampingan. Tim pengabdian juga menyediakan template label sederhana yang bisa digunakan peserta untuk produksi lebih lanjut secara mandiri. Di samping itu, peserta diberikan kesempatan untuk terus berkonsultasi dengan tim jika membutuhkan bimbingan lanjutan dalam pengembangan kemasan produk mereka.

Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan daya saing produk usaha mikro melalui pendampingan dalam aspek kemasan dan pelabelan. Antusiasme peserta dan hasil yang ditampilkan menunjukkan bahwa intervensi sederhana namun tepat sasaran dapat membawa perubahan positif yang signifikan dalam pengembangan usaha kecil. Setelah mengikuti pendampingan, pemilik usaha sudah dapat membuat label dan menggunakan kemasan produk



Gambar 1. Pengemasan Bumbu Sebelum Mengikuti Pendampingan



Gambar 2. Pengemasan Bumbu Setelah Mengikuti Pendampingan

7. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pendampingan packaging produk makanan pada usaha mikro dilaksanakan sebagai bentuk kontribusi nyata dalam meningkatkan kualitas dan daya saing produk UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan praktik langsung kepada pelaku usaha mikro mengenai pentingnya kemasan produk sebagai bagian dari strategi pemasaran.

Selama kegiatan berlangsung, peserta mendapatkan pemahaman mengenai berbagai aspek kemasan, seperti pemilihan bahan yang sesuai, desain kemasan yang menarik, pencantuman informasi produk yang lengkap, serta teknik penyegelan yang higienis. Selain itu, peserta juga diperkenalkan pada prinsip-prinsip desain kemasan modern dan ramah lingkungan yang sesuai dengan tren pasar saat ini. Pendampingan dilakukan secara langsung melalui sesi pelatihan, diskusi kelompok, dan praktik pembuatan kemasan. Hasilnya, peserta menunjukkan antusiasme dan mulai mencoba mengaplikasikan perubahan pada kemasan produknya. Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan ini berhasil meningkatkan kesadaran pelaku usaha mikro akan pentingnya packaging dalam mendukung keberhasilan usaha. Keberlanjutan program ini sangat disarankan, baik melalui pelatihan lanjutan maupun kerja sama lintas sektor, agar lebih banyak UMKM yang mendapatkan manfaat dan mampu tumbuh secara berkelanjutan di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

8. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada pemilik usaha *Bumbu Oma Nusantara* yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat di tempat usahanya. Kerja sama yang diberikan, mulai dari proses perencanaan hingga pelaksanaan, sangat membantu kelancaran kegiatan ini. Semangat dan keterbukaan dari pemilik usaha menjadi faktor penting dalam keberhasilan program ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada pihak kampus yang telah mendukung kegiatan ini melalui sebagai bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Semoga kolaborasi antara perguruan tinggi dan pelaku usaha mikro seperti ini dapat terus terjalin secara berkelanjutan. Kami berharap kegiatan ini memberi dampak positif, baik bagi pengembangan usaha mitra maupun bagi pengayaan pengalaman mahasiswa dan dosen dalam dunia nyata.

REFERENSI

- Ahmad, J., Bayu, H., Jauzy, A. M. A., Ika, B. Y., Tapaul, R., & Eka S., P. (2021). Pendampingan branding packaging dan digital marketing pada produk UMKM keripik talas di Lingkungan Bagek Longgek, Kelurahan Rakam Ahmad. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(3), 162–166.
- Irawan, F. (2022). Pelatihan branding dan packaging sebagai strategi pemasaran. *Prosiding Kampelmas (Kampus Peduli Masyarakat)*, 1(1), 235–246.
- Irrubai, M. L. (2015). Strategi labeling, packaging dan marketing produk hasil industri rumah tangga di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. *Society*, 6(1), 15–30. <https://doi.org/10.20414/society.v6i1.1462>
- Marampa, D. R. A. M., & Sofiyanti, N. (2023). Pendampingan usaha packaging mie telur Nusantara. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 31–41. <https://doi.org/10.54783/ap.v4i1.21>
- Sutrisno, A., & Kusuma, U. W. (2022). Pelatihan pembuatan kemasan packaging untuk meningkatkan pemasaran produk olahan kacang emping melinjo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5, 26–30. <http://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/sabangkaabdimas/article/view/63>