

**MANAJEMEN STRATEGI LABELING PRODUK OLAHAN MAKANAN  
RINGAN PADA USAHA KECIL MENENGAH (UMKM)  
DI DESA RANTAU PURI**

***MANAGEMENT OF LABELING STRATEGY FOR PROCESSED SNACK  
FOOD PRODUCTS IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES  
IN RANTAU PURI VILLAGE***

**Sophia<sup>1</sup>, Reno Armando<sup>2</sup> dan Tukidi<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis Universitas Graha Karya Muara Bulian

<sup>2,3</sup>Program Studi Agroteknologi Universitas Graha Karya Muara Bulian

Jl. Gajah Mada Kelurahan Teratai Muara Bulian, Batang Hari, Jambi, Indonesia

Email :sophiastipgk@gmail.com

**ABSTRAK**

Teknis pengemasan dan labeling produk yang baik dan menarik sangat diperlukan dalam mendukung suatu produk makanan. Belum semua produsen atau pelaku usaha makanan seperti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat menerapkan teknik pengemasan yang modern. Sampai saat ini kemasan produk masih merupakan masalah bagi para pelaku usaha makanan, khususnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Permasalahan tentang kemasan produk dan labelnya kadang-kadang menjadi kendala bagi perkembangan atau kemajuan suatu usaha olahan makanan. Permasalahan yang terjadi pada pelaku usaha makanan ringan di Desa Rantau Puri bahwa masyarakat belum mengetahui bagaimana cara mengemas produk makanan ringan secara menarik agar mudah dikenali oleh pembeli. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat Desa Rantau Puri melalui transfer ilmu dan teknologi pengemasan makanan ringan agar mudah dikenali pasar dan untuk meningkatkan jumlah produk olahan makanan ringan yang dapat di produksi dan dipasarkan. Pengemasan dan labeling dalam rangka memasarkan produk makanan sangat penting untuk dilakukan. Kegiatan dalam pengabdian masyarakat ini berbentuk pendampingan, penyuluhan dan pelatihan pada kelompok usaha bersama dan usaha perseorangan khusus pada pelaku usaha mikro dibidang pengolahan makanan ringan, seperti keripik ubi balado, keripik pisang, rempeyek dan kerupuk ikan di Desa Rantau Puri Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang Hari. Pengemasan selain berfungsi sebagai alat melindungi produk, juga meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli suatu produk tertentu. Sajian makanan ringan yang dikemas dalam wadah yang bersih, bagus, tahan air tentu akan meningkatkan penjualan. Selain hal terpenting dari kegiatan pengemasan ini adalah labeling. Labeling berfungsi sebagai identitas suatu produk agar konsumen dapat memilih produk secara benar dan tepat.

Kata Kunci : Pengemasan Produk, Labeling Produk, dan Makanan Ringan.

**ABSTRACT**

*Good and attractive product packaging and labeling techniques are needed to support a food product. Not all producers or food business actors such as Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) can apply modern packaging*

*techniques. Until now, product packaging is still a problem for food business actors, especially Micro, Small and Medium Enterprises. Problems about product packaging and labels are sometimes an obstacle for the development or progress of a food processing business. The problem that occurs in snack food business actors in Rantau Puri Village is that people do not know how to package snack products in an attractive way so that buyers can easily identify them. The purpose of community service activities in Rantau Puri Village is through the transfer of knowledge and technology of snack packaging so that it is easily recognized by the market and to increase the number of processed snack products that can be produced and marketed. Packaging and labeling in the context of marketing food products is very important to do. Activities in this community service are in the form of mentoring, counseling and training for joint business groups and individual businesses specifically for micro-enterprises in the field of snack food processing, such as Balado sweet potato chips, banana chips, peanut brittle and fish crackers in Pematang Gajah Village, Jambi District Outside the City, Muaro Regency, Jambi. In addition to functioning as a means of protecting the product, packaging also increases the attractiveness of consumers to buy a certain product. Serving snacks that are packaged in clean, nice, waterproof containers will certainly increase sales. In addition to the most important thing from this packaging activity is labeling. Labeling serves as the identity of a product so that consumers can choose the product correctly and appropriately.*

*Keywords: Packaging Product, Product Labeling, and Snacks.*

## **1. PENDAHULUAN**

Teknologi pengemasan terus berkembang dari waktu ke waktu dari mulai proses pengemasan yang sederhana atau tradisional hingga pengemasan yang sifatnya modern. Saat ini, pengemasan merupakan salah satu faktor penting dalam persaingan dunia usaha. Hampir semua orang membutuhkan kemasan dalam setiap produknya. Selain sebagai alat pelindung dari kerusakan, kemasan juga berfungsi sebagai nilai estetika yang menjadikan alasan mengapa orang memilih atau membeli produk tersebut.

Jaman dahulu, orang sudah mengenal alat pengemas secara tradisional/alami berupa dedaunan tanaman tahunan (daun pisang, jati, dan daun jambu) sebagai alat pembungkus makanan. Misalnya saja membungkus tempe dengan menggunakan daun pisang atau jati. Selain daun pisang dan jati, orang juga menggunakan daun jagung sebagai pembungkus dodol dan sebagainya.

Dengan semakin berkembangnya teknologi, kemasan tradisional kini sudah mulai ditinggalkan. Walaupun masih ada beberapa orang yang memanfaatkan kemasan tersebut untuk jenis makanan tertentu. Kini, produsen sudah banyak memanfaatkan kemasan modern seperti kemasan plastik, kertas, kaleng/logam, dan bahan lainnya.

Teknis pengemasan dan labeling yang baik dan menarik tentu sangat diperlukan dalam mendukung suatu produk makanan. Sayangnya belum semua produsen atau pelaku usaha makanan seperti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat menerapkan Teknik pengemasan yang modern. Sampai saat ini kemasan produk masih merupakan masalah bagi para pelaku usaha makanan, khususnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Permasalahan tentang kemasan produk dan labelnya kadang-kadang menjadi kendala bagi perkembangan atau

kemajuan suatu usaha olahan makanan. Banyak persoalan yang muncul ketika suatu usaha ingin memiliki suatu kemasan produk yang baik, berkualitas dan memenuhi standar nasional yang ada. Persoalan-persoalan yang sering dihadapi seperti bahan pengemas, desain bentuk kemasan, desain label, sampai pada persoalan yang paling utama yaitu biaya pembuatan kemasan produk itu sendiri. (Ardisa, 2013)

Bagi para pengelola UMKM dengan segala keterbatasan modal usaha sebaiknya permasalahan tentang kemasan bisa ditangani dengan kreativitasnya. Kemasan yang baik dan menarik tidak selalu identik dengan harga kemasan yang mahal. Dengan bahan pengemas yang biasa-biasa saja, asalkan dirancang sedemikian rupa baik bentuk maupun desain labelnya pastilah akan tercipta sebuah kemasan yang tidak kalah bersaing dengan kemasan-kemasan modern.

Permasalahan yang terjadi pada pelaku usaha makanan ringan di Rantau Puri bahwa masyarakat belum mengetahui bagaimana cara mengemas produk olahan makanan ringan secara menarik agar mudah di kenali oleh pembeli.

Tujuan kegiatan pemberdayaan masyarakat Desa Rantau Puri melalui transfer ilmu dan teknologi pengemasan makan ringan agar mudah dikenali pasar dan untuk meningkatkan jumlah produk olahan makanan ringan yang dapat di produksi dan dipasarkan.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan dalam pengabdian masyarakat ini berbentuk pendampingan, penyuluhan dan pelatihan pada kelompok usaha bersama dan usaha perseorangan khusus pada pelaku usaha mikro dibidang pengolahan makanan ringan, seperti keripik ubi baladi, keripik pisang, rempeyek dan kerupuk ikan di Desa Rantau Puri Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang Hari. Metode kegiatan pemberdayaan masyarakat ini meliputi metode sebagai berikut; (a) metode pendampingan masyarakat. Metode tersebut dilakukan melalui kegiatan mendampingi pelaku usaha dengan tujuan memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada masyarakat tentang pengembangan teknologi pengemasan produk makanan secara modern. Selain itu juga diberikan pemahaman tentang bagaimana pembuatan desain labeling produk yang menarik; (b) metode pelatihan. Metode pelatihan dilakukan dengan cara demonstrasi secara langsung tentang pembuatan kemasan dan labeling produk makanan yang menarik. Khalayak sasaran kegiatan tersebut adalah kelompok usaha Bersama dan usaha perseorangan di bidang olahan makanan ringan di Desa Rantau Puri Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang Hari.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pengertian Pengemasan Produk**

Kemasan atau *packaging* menjadi salah satu unsur penting dalam suatu produk. Menurut Kotler & Keller (2009: 27), pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Pengemasan disebut juga pembungkusan, pewadahan atau pengepakan. Pengemasan memegang peranan penting dalam pengawetan dan mempertahankan mutu suatu produk makanan. Makanan yang diberi wadah atau pembungkus akan tercegah dari kerusakan, pencemaran (debu) serta gangguan fisik

(gesekan, benturan, getaran). Disamping 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 pembungkusan berfungsi sebagai perangsang atau daya tarik bagi konsumen. Karena itu bentuk, warna, ukuran, kekuatan dan dekorasi dari kemasan perlu diperhatikan dalam perencanaannya.

Secara tradisional nenek moyang kita menggunakan bahan kemasan alami untuk mewadahi bahan pangan seperti buluh bamboo, daun-daunan, pelepah atau kulit pohon, kulit binatang, rongga batang pohon, batu, tanah liat, tulang dan sebagainya. Pada industri modern berbagai kemasan dan proses pengemasan telah beragam. Kemasan dengan variasi atmosfer, kemasan aseptik, kemasan transportasi dengan suhu rendah dan lain-lain telah memperluas horizon dan cakrawala pengemasan hasil pertanian. Saat ini perkembangan pengemasan bergerak sangat cepat seiring dengan perkembangan industri-industri yang memanfaatkan dan menggunakannya (Fardiani, 2013).

### **Tujuan dan Fungsi Pengemasan**

Fungsi Kemasan secara mendasar adalah untuk mewadahi dan melindungi produk dari kerusakan-kerusakan. Hal ini sesuai dengan pendapat Simamora (2007) fungsi kemasan yaitu 1) fungsi protektif dan 2) fungsi promosional. Fungsi Protektif dimaksudkan sebagai upaya untuk menghindari berbagai kemungkinan kerusakan produk, baik karena iklim, prasarana transportasi, distribusi, dan lainnya. Sehingga dengan protektif ini para konsumen tidak perlu menanggung resiko barang rusak. Fungsi kedua yaitu promosional. Kemasan yang baik secara warna, ukuran, dan penampilan akan memiliki daya tarik tersendiri bagi pembeli untuk membeli produk tersebut.

Selain kedua fungsi di atas, fungsi lain dari kemasan adalah: 1) memudahkan distribusi produk, sehingga tidak tercecer, 2) sebagai identitas produk yang membandingkan produk satu dengan yang lainnya, 3) menambah daya tarik calon pembeli (Hermawan, 2012).

### **Jenis-Jenis Bahan Pengemasan Produk**

Pemilihan bahan dalam pengemasan disesuaikan dengan jenis produk yang akan kita hasilkan. Apakah produk tersebut termasuk olahan basah, kering, atau lainnya. Pengemasan yang baik tentu akan meningkatkan estetika produk, sehingga konsumen tertarik untuk membelinya. Selain itu juga dapat menjaga kualitas suatu produk dari udara luar yang menyebabkan produk cepat basi, kotor, dan melempem.

Ragam kemasan makanan tradisional yang sering dijumpai seperti kemasan dengan menggunakan daun pisang, kelobot jagung (pelepah daun jagung), daun kelapa/enu (aren), daun jambu air dan daun jati. Sedangkan secara modern, jenis bahan kemasan dapat berupa: kertas, aluminium foil, film, dan plastik.

Menurut Julianti dan Nurminah (2006), Kemasan dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa hal atau beberapa cara yaitu sebagai berikut :

1. Klasifikasi kemasan berdasarkan frekwensi pemakaian: a). Kemasan sekali pakai (*disposable*), yaitu kemasan yang langsung dibuang setelah dipakai, seperti kemasan produk instant, permen, dll. b). Kemasan yang dapat dipakai berulang kali (*multitrip*) dan biasanya dikembalikan ke produsen, contoh : botol minuman, botol kecap, botol sirup. c) Kemasan atau wadah yang tidak dibuang atau dikembalikan oleh konsumen (*semi disposable*), tapi digunakan untuk kepentingan lain oleh konsumen, misalnya botol untuk tempat air minum dirumah, kaleng susu untuk tempat gula, kaleng biskuit untuk tempat kerupuk, wadah jam untuk merica dan lain-lain.
2. Klasifikasi kemasan berdasarkan struktur sistem kemas (kontak produk dengan kemasan) : a). Kemasan primer, yaitu kemasan yang langsung bersentuhan dengan produk yang di bungkusnya, b). Kemasan sekunder, yang tidak bersentuhan langsung dengan produknya akan tetapi membungkus produk yang telah dikemas dengan kemasan primer, c). Kemasan tersier dan kuartener yaitu kemasan untuk mengemas setelah kemasan primer atau sekunder.
3. Klasifikasi kemasan berdasarkan sifat kekakuan bahan kemasan : a). Kemasan fleksibel yaitu bahan kemasan yang mudah dilenturkan tanpa adanya retak atau patah. Misalnya plastik, kertas dan foil, b). Kemasan kaku yaitu bahan kemas yang bersifat keras, kaku, tidak tahan lenturan, patah bila dibengkokkan relatif lebih tebal dari kemasan fleksibel. Misalnya kayu, gelas dan logam, c). Kemasan semi kaku/semi fleksibel yaitu bahan kemas yang memiliki sifat-sifat antara kemasan fleksibel dan kemasan kaku. Misalnya botol plastik (susu, kecap, saus), dan wadah bahan yang berbentuk pasta.
4. Klasifikasi kemasan berdasarkan sifat perlindungan terhadap lingkungan : a). Kemasan hermetis (tahan uap dan gas) yaitu kemasan yang secara sempurna tidak dapat dilalui oleh gas, udara atau uap air sehingga selama masih hermetis wadah ini tidak dapat dilalui oleh bakteri, kapang, ragi dan debu. Misalnya kaleng, botol gelas yang ditutup secara hermetic, b) Kemasan tahan cahaya yaitu wadah yang tidak bersifat transparan, misalnya kemasan logam, kertas dan foil. Kemasan ini cocok untuk bahan pangan yang mengandung lemak dan vitamin yang tinggi, serta makanan hasil fermentasi, c). Kemasan tahan suhu tinggi, yaitu kemasan untuk bahan yang memerlukan proses pemanasan, pasteurisasi dan sterilisasi. Umumnya terbuat dari logam dan gelas. Klasifikasi kemasan berdasarkan tingkat kesiapan pakai (perakitan): a). Wadah siap pakai yaitu bahan kemasan yang siap untuk diisi dengan bentuk yang telah sempurna. Contoh: botol, wadah kaleng dan sebagainya. b). Wadah siap dirakit / wadah lipatan yaitu kemasan yang masih memerlukan tahap perakitan sebelum diisi. Misalnya kaleng dalam bentuk lembaran (flat) dan silinder fleksibel, wadah yang terbuat dari kertas, foil atau plastik.

### **Desain Kemasan Produk**

Menurut Magdalena (2005), Kemasan agar menarik harus dirancang dan dibuat sebaik mungkin, dalam merancang atau merencanakan pembuatan suatu kemasan sebaiknya kita memperhatikan hal-hal seperti berikut ini:

1. Kesesuaian antara produk dengan bahan pengemasnya. Maksudnya adalah dalam menentukan bahan pengemas kita harus mempertimbangkan produk yang kita miliki. Jika produk kita berbentuk cairan seperti jus atau sirup, kita bisa memilih bahan pengemas seperti botol atau gelas plastik. Jika produk kita berupa makanan kering seperti keripik, kerupuk, atau yang lainnya kita bisa menggunakan plastik transparan dan lain sebagainya. Plastik dapat digunakan sebagai kemasan primer sekaligus dengan labelnya, juga bisa dimasukkan kedalam kemasan lain seperti dus kertas sebagai kemasan sekunder.
2. Ukuran Kemasan dan ketebalan bahan kemasan. Ukuran kemasan berkaitan dengan banyak sedikitnya isi yang diinginkan, sedangkan ketebalan berkaitan dengan keawetan dari produk yang ada didalamnya. Jika produknya sangat ringan seperti kerupuk sebaiknya kemasan di buat dalam ukuran relatif besar.
3. Bentuk kemasan. Agar kemasan menarik bentuk pengemas bisa dirancang dalam bentuk yang unik tergantung dari kreativitas perancangannya. Misalnya kemasan dus kertas bisa di buat seperti tabung, kubus, balok, trapesium atau bentuk-bentuk lainnya.

### **Merek Produk Olahan Makanan Ringan**

Label merupakan identitas dari suatu produk. Dengan adanya label, konsumen akan mampu membedakan antara produk satu dengan produk lainnya. Labeling adalah upaya memberi label berupa informasi singkat mengenai produk tersebut. Beberapa informasi yang perlu dicantumkan dalam label meliputi a) nama produk, b) pembuat produk, c) alamat pembuat produk, d) bahan yang digunakan untuk membuat produk, e) komposisi gizi, f) masa kadaluarsa, g) izin depkes atau instansi terkait.

Pembuatan Label sangat dianjurkan dalam suatu produk. Selain meningkatkan minat konsumen untuk membeli suatu produk tersebut, juga menghindari terjadinya kesalahan dalam pembelian. Mengingat banyak sekali produk yang sama yang dijual. Misalnya saja keripik pisang Ranpur. Hampir semua orang membuat keripik, tentu ini akan membuat konsumen kebingungan dalam memilih varian keripik yang akan dibeli. Maka, dengan melihat label yang ada, Mungkin dapat membantu konsumen mencari keripik sesuai harapan.

Labeling produk makanan sangat bervariasi. Dari mulai yang sederhana sampai pada yang rumit. Misalnya saja labelingan hanya berupa kertas label yang diprint/cetak kemudian ditempelkan dalam plastik kemasan. Atau label yang disablon diplastik atau kertas/kardus yang akan dijadikan kemasan (Tjahyadi, 2009).

ini adalah contoh label yang digunakan pada produsen dalam pemasaran produknya. Dalam pemasangan label juga memiliki variasi yang berbeda-beda. Ada yang memasang label dibadan kemasan, ada pula label yang dipasang di atas kemasan.



**Gambar 1.** Label yang dibuat dengan print/cetak pada kertas

#### **4. KESIMPULAN**

Pengemasan dan labeling dalam rangka memasarkan produk makanan sangat penting untuk dilakukan. Pengemasan selain berfungsi sebagai alat melindungi produk, juga meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli suatu produk tertentu. Sajian makanan ringan yang dikemas dalam wadah yang bersih, bagus, tahan air tentu akan meningkatkan penjualan. Selain hal terpenting dari kegiatan pengemasan ini adalah labeling. Labeling berfungsi sebagai identitas suatu produk agar konsumen dapat memilih produk secara benar dan tepat.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ardisa, (2013). Pengaruh *Salesperson Customer Orientation* terhadap *Sales Performance*: Sikap dan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. Universitas Kristen Maranatha. Fakultas Ekonomi.
- Fardiani, (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery & Café Pandanaran Semarang. Universitas Diponegoro. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Hermawan.(2012). *Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Julianti, E. dan Nurminah, M. 2006. *Teknologi Pengemasan*. Departemen Teknologi Pertanian, Fakultas pertanian, Universitas sumatera utara. <http://ecourse.usu.ac.id/content/teknologi/teknologi/textbook.pdf>.

- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 1. Jakarta: Erlangga.
- Magdalena, (2005) Analisis Pengaruh Situasi, Produk, Individu pada Perilaku Membeli dan Mengonsumsi Makanan Ringan. Universitas Gadjah Mada Fakultas Ekonomi.
- Simamora, B. 2007. Panduan Riset dan Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia
- Tjahyadi, K. (2009). *Customer-to-Customer Interactions (CCI): Antecedent Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, dan Komunikasi Word of Mouth (Studi Pada Jasa Kategori Possession Processing)*. Universitas Kristen Maranatha. Fakultas Ekonomi.