

## **PENINGKATAN KEMAMPUAN MANAJEMEN USAHA MELALUI PENDAMPINGAN PEMBUATAN LABELING DAN KEMASAN USAHA ABON PADA DESA OMBE BARU LOMBOK BARAT**

**Herawati Khotmi<sup>1</sup>, Agus Khazin Fauzi<sup>2</sup>, Yuli Astini<sup>3</sup>, Indah Ariffianti<sup>4</sup>,  
Nizar Hamdi<sup>5</sup>, I Gusti Gede Narung<sup>6</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Mataram, <sup>2</sup>Politeknik Negeri Bali, <sup>3,4,5,6</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM  
Mataram Nusa Tenggara Barat

e-mail: [1khotmi.2010@staff.unram.ac.id](mailto:khotmi.2010@staff.unram.ac.id), [2ozie3889@gmail.com](mailto:ozie3889@gmail.com), [3yuliasini@stieamm.ac.id](mailto:yuliasini@stieamm.ac.id),  
[4indahariffianti99@gmail.com](mailto:indahariffianti99@gmail.com), [5nizar\\_hamdi69@yahoo.com](mailto:nizar_hamdi69@yahoo.com), [6gedenarung@gmail.com](mailto:gedenarung@gmail.com)

### **Abstrak**

*Pembuatan label dan kemasan produk yang masih sederhana dikarenakan minimnya informasi dan pengetahuan mengenai cara pembuatan label dan kemasan yang menarik merupakan alasan dilakukan pengabdian pada usaha abon Hj. Rohanah. Melalui pengabdian ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan kepada pelaku usaha yang berkaitan dengan pembuatan label dan kemasan yang menarik sehingga menarik daya beli masyarakat untuk membeli produk tersebut. Metode pengabdian dilakukan dengan beberapa tahapan Tahap persiapan, dalam tahapan persiapan dibutuhkan koordinasi dan identifikasi masalah mitra, Tahap pelaksanaan yaitu kegiatan pendampingan langsung dengan mitra sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan meliputi pendampingan dalam labeling dan kemasan. Tahap evaluasi, dimana dalam tahap ini dilaksanakan evaluasi sampai sejauh mana mitra pengabdian sudah mengaplikasikan kegiatan pendampingan yang sudah dilaksanakan sebelumnya. Setelah dilakukan pengabdian pada usaha abon ibu Hj. Rohanah, saat ini sudah memiliki label dan kemasan yang menarik sehingga produknya mudah dikenal oleh masyarakat luas yang ingin melakukan pemesanan. Antusias dari pemilik Usaha Hj. Rohanah sangat terbantu dengan memberikan masukan terkait pelabelan produk supaya mudah dikenali konsumen atau pelanggannya.*

**Kata kunci:** Manajemen Usaha, Labeling, Kemasan.

## **1. PENDAHULUAN**

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) memiliki peran penting dalam perkonomian suatu daerah, terkait dengan penciptaan lapangan pekerjaan, produk domestik bruto dan pengurangan tingkat kemiskinan (Ahdiat, 2022). Keberadaan UMKM zaman sekarang tidak dapat untuk dihindarkan dan dihapuskan dari masyarakat saat ini. Keberadaannya sangat penting dan bermanfaat dalam pendistribusian pendapatan bagi masyarakat lingkungan sekitar. Program pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan instrumen untuk menaikkan daya beli masyarakat serta menjadi solusi ketika menghadapi krisis (Anggraeni, 2013). Terdapat 3 (tiga) alasan yang mendasari pentingnya keberadaan UMKM. Pertama, diyakini UMKM memiliki keunggulan dari segi fleksibilitas. Kedua, kinerja dari UMKM cenderung lebih baik dari segi menghasilkan tenaga kerja kreatif dan produktif. Ketiga, UMKM sering kali mencapai peningkatan produktivitas melalui perubahan teknologi serta investasi (Hafni & Rozali, 2017).

Salah satu desa tempat UMKM berkembang di wilayah Lombok Barat Kecamatan Kediri adalah Desa Ombe Baru. Desa Ombe Baru merupakan salah satu desa yang terdiri dari 10 (Sepuluh) desa yang ada di wilayah kecamatan Kediri, Desa Ombe Baru ini juga adalah salah

satu desa pemekaran dari desa Rumak sejak Tahun 2001 dengan luas wilayah: 286,94 Ha, dengan ketinggian 200 m diatas permukaan laut, serta cerah hujan rata-rata 20-320C. Menurut sejarahnya desa Ombe Baru telah ada sejak tahun 2001 merupakan pemekaran dari desa Rumak sebagai induknya, dan dinyatakan sebagai desa definitif pada tahun 2004.

Terdapat berbagai potensi yang dimiliki oleh Desa Ombe Baru diantaranya :

- a. Potensi Pertanian; Desa Ombe Baru memiliki potensi di bidang pertanian seperti padi, pepaya dan masih banyak lagi
- b. Potensi UMKM; Desa Ombe Baru, memiliki potensi UMKM yang memikat. Desa ini memiliki sekitar 273 UMKM dan mereka saling mendukung dalam mengembangkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mereka.
- c. Potensi Kelembagaan; Desa Ombe Baru memiliki lembaga pemerintahan desa, lembaga pendidikan, kelembagaan keamanan
- d. Potensi Sumber Daya Manusia; Desa Ombe Baru memiliki jumlah penduduk sebanyak 5873 orang dengan rincian jumlah laki-laki 2837 orang, jumlah perempuan 3036 orang dan jumlah KK sebanyak 1652 KK. Mata pencaharian pokok penduduk meliputi petani, pedagang/pengusaha, buruh tani, buruh lepas, pertukangan, peternak, PNS, TNI, Polri, karyawan swasta, karyawan BUMN, TKI/TKW, pengemudi/tukang ojek, dan pemulung. Etnis yang ada di Desa Ombe Baru meliputi Sasak, Jawa, Bima, Bali, Sumbawa.

Berdasarkan paparan tersebut potensi yang layak dikembangkan di Desa Ombe Baru adalah potensi UMKM yang dalam hal ini produk abon yang diproduksi oleh ibu Hj. Rohanah. Produksi abon memiliki banyak cita rasa diantaranya abon sapi, ayam atau ikan. Proses produksi yang dilaksanakan meliputi :

1. Pemilihan Bahan Baku:

Proses produksi abon dimulai dengan pemilihan bahan baku berkualitas. UMKM Abon Hj. Rohanah menggunakan daging sapi dan ayam segar yang didapatkan dari pemasok terpercaya di daerah sekitar. Bahan-bahan lain seperti bumbu-bumbu tradisional juga dipilih dengan cermat untuk memastikan cita rasa yang otentik.

2. Proses Produksi:

Proses pembuatan abon dilakukan secara higienis dan sesuai dengan standar keamanan pangan. Daging sapi, daging ayam dan daging ikan dimasak dengan bumbu-bumbu khusus hingga menghasilkan abon yang gurih dan renyah. Semua proses, mulai dari perebusan, pencabikan daging, hingga penggorengan, dilakukan dengan teliti untuk menjaga kualitas produk.

3. Pengemasan:

Setelah proses produksi selesai, abon dikemas dalam sebuah kemasan agar tetap aman dan segar sampai ke tangan konsumen.

Namun dari pengamatan selama di lapangan, label dan kemasan yang dimiliki oleh ibu Hj. Rohanah masih belum menarik untuk dilihat karena sifatnya masih sederhana. Padahal diketahui bahwa melalui label pada kemasan produk dapat menjadi media komunikasi antara produsen kepada konsumen guna membentuk citra (Herawati & Listyawati, 2017; Indrihastuti et al., 2019). Di sisi lain, melalui adanya labeling menjadi salah satu aspek penting yang menjadi perhatian bagi pelaku industri rumah tangga atau pelaku UMKM karena akan memberikan informasi mengenai kualitas, brand, kode produksi, legalitas maupun lainnya. Hal inilah tentu menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sebuah produk (Dewi & Jatra, 2013; Susetyasari T, 2012). Dari sini dapat dijelaskan bahwa label pada kemasan suatu produk seringkali diabaikan oleh pelaku Usaha, Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia (Lusianingrum et al., 2021). Padahal dalam Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 telah mengatur tentang kewajiban mencantumkan label pada kemasan pangan.

Atas dasar fenomena di atas, maka dirasa sangatlah perlu dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dengan melaksanakan kegiatan pendampingan manajemen usaha melalui pembuatan labeling dan pemasaran produk yang tujuannya tidak lain adalah peningkatan usaha abon ibu Hj. Rohanah sehingga mampu memenuhi permintaan pasar yang selama ini masih menerapkan sistem pesanan dan produksi yang kurang.

## 2. METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Ombe Baru pada UMKM ibu Hj. Rohanah Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat selama 5 hari mulai dari tanggal 25-30 September 2024. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pendampingan langsung kepada mitra pengabdian yang dalam hal ini adalah usaha abon ibu Hj. Rohanah. Adapun tahap kegiatan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi :

- 1) Tahap persiapan dimana dalam tahap ini dilaksanakan koordinasi dan identifikasi masalah mitra, pelaksanaan persiapan dilaksanakan tanggal 25 September 2024 dengan terjun langsung ke tempat usaha mitra dan berdiskusi mengenai permasalahan yang dialami oleh mitra.
- 2) Tahap pelaksanaan dimana dalam tahap ini dilaksanakan kegiatan pendampingan langsung dengan mitra sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan meliputi pendampingan dalam labeling dan kemasan. Kegiatan pendampingan dilaksanakan mulai tanggal 26 September 2024-28 September 2024.
- 3) Tahap evaluasi, dimana dalam tahap ini dilaksanakan evaluasi sampai sejauh mana mitra pengabdian sudah mengaplikasikan kegiatan pendampingan yang sudah dilaksanakan sebelumnya. Disini juga dilaksanakan evaluasi mengenai kendala dan hambatan yang ditemui selama proses pengaplikasian kegiatan. Kegiatan evaluasi dilaksanakan tanggal 29 September 2024.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kegiatan persiapan

Tahapan persiapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada tanggal 25 September 2024 bertempat di rumah mitra. Pada tahap ini semua tim pengabdian kepada masyarakat bersama mahasiswa peserta KKN berdiskusi mengenai permasalahan mitra dan kebutuhan apa yang dibutuhkan untuk perkembangan usaha yang dijalani. Pada tahap ini juga dilaksanakan koordinasi mengenai mitra tentang hari dan pelaksanaan kegiatan pendampingan yang akan dilaksanakan. Setelah disepakati bersama, dirumuskan materi dan pendampingan yang dilaksanakan yaitu pendampingan dalam labeling dan kemasan. Berikut kegiatan persiapan dan kordinasi mitra dapat dilihat pada gambar 1 :



Gambar 1. Kegiatan Persiapan dan Koordinasi dengan Mitra Pengabdian

### Kegiatan Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan pertama yang dilaksanakan oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat adalah pendampingan dalam hal pembuatan label dan kemasan abon. Selama ini usaha abon yang dijalankan oleh ibu Hj. Rohanah dikemas dalam kemasan plastik biasa tanpa merek sehingga hal ini tentunya proses pemasaran dan penjualan produknya belum banyak terlalu dikenal oleh masyarakat luas. Dalam kegiatan pendampingan ini disampaikan terlebih dahulu tentang materi pentingnya ada label dan kemasan produk yang higienis dan memenuhi standar sehingga menarik minat pembeli untuk membeli produk tersebut. Minimal dalam label dan kemasan produk paling tidak memenuhi unsur nama produk tersebut, informasi mengenai berat bersih dari produk, menuliskan informasi lengkap mengenai produsennya, dilengkapi bahan atau komposisi yang digunakan untuk produksi produk tersebut, mencantumkan waktu kadaluarsa dan kode produksi. Pendampingan ini juga memberikan materi tutorial mengenai bagaimana mendesain label dan kemasan yang menarik menggunakan smartphone. Tidak kalah pentingnya juga dilaksanakan kegiatan praktik secara langsung mengenai pelabelan dan pengemasan produk yang kemasannya berbahan plastik dengan teknologi tepat guna. Awalnya usaha abon ibu Hj. Rohanah tidak memiliki label dan kemasan produknya hanya plastik polos, namun sekarang setelah diberikan wawasan dan pengetahuan maka sekarang abon ibu Hj. Rohanah memiliki label dan kemasan yang disertai identitas produk. Pada gambar 2 dapat dilihat label dan kemasan abon ibu Hj. Rohanah :



Gambar 2. Label dan Kemasan Abon ibu Hj. Rohanah

Setelah dilakukan tahap pendampingan, selanjutnya dilaksanakan evaluasi sampai sejauh mana mitra pengabdian bisa mengaplikasikan secara mandiri yang sudah dipraktekkan dalam kegiatan pendampingan. Berikut kegiatan pendampingan dilakukan:



Gambar 3. Kegiatan Evaluasi

#### 4. SIMPULAN

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa Usaha abon ibu Hj. Rohanah sudah memiliki label dan kemasan yang menarik sehingga produknya mudah dikenal oleh masyarakat luas yang ingin melakukan pemesanan. Antusias dari pemilik Usaha Hj. Rohanah sangat terbantu dari mahasiswa KKN yang memberikan masukan terkait pelabelan produk supaya mudah dikenali masyarakat/konsumennya.

#### 5. SARAN

Adapun saran yang diberikan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah bahwa diperlukannya pendampingan lebih lanjut baik dari akademisi maupun pemerintah kepada usaha abon yang dijalankan oleh ibu Hj. Rohanah secara khusus dan pelaku UMKM secara umum sehingga UMKM yang ada di Desa Ombe Baru bisa tetap eksis, berdaya saing dan naik kelas. Di samping itu perlu adanya kemitraan khususnya dalam pemasaran produk agar produk kreatif dan inovatif bisa dikenal masyarakat luas.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi yang telah memberikan dukungan dari segi pendanaan pelaksanaan pengabdian. Selain itu kami ucapkan terima kasih kepada mahasiswa dan Hj. Rahanah yang telah menerima kami dalam kegiatan pengabdian.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2022). *Indonesia Punya UMKM Terbanyak di ASEAN, Bagaimana Daya Saingnya?* <https://databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro/statistik/2c7a123af18312b/indonesia-punya-umkm-terbanyak-di-asean-bagaimana-daya-saingnya>
- Anggraeni, F. D. (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” Di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya*, 1(6), 1286–1295.
- Dewi, N. L. G. D. N., & Jatra, M. (2013). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen; Vol 2 No 2 (2013)*, 2(2). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/4359>
- Hafni, R., & Rozali, A. (2017). Analisis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (umkm) terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia. *Ilmu Ekonomi Dan Studin Pembangunan*, 15(2), 77–96. [http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan/article/view/1034/pdf\\_58](http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan/article/view/1034/pdf_58)
- Herawati, A., & Listyawati, L. (2017). PEMBERDAYAAN PENGUSAHA MINUMAN SINOM DALAM MENGEMBANGKAN USAHA MELALUI PENGEMASAN DAN PELABELAN PRODUK. *Dedication: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2). <https://jurnal.unipar.ac.id/index.php/dedication/article/view/3>
- Indrihastuti, P., Arvianti, E. Y., & Dewi Novitawati, R. A. (2019). Teknik Design Labeling Pengembangan Model Kemasan Keripik Salak Pondoh oleh Wanita Tani Srikandi dan Karya Bhakti. *JAST: Jurnal Aplikasi Sains Dan Teknologi*, 3(2), 115.

<https://doi.org/10.33366/jast.v3i2.1471>

Lusianingrum, F. P. W., Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2021). Pelatihan labeling kemasan produk UMKM mitra binaan Posyantek Al-Ikhlas. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(2), 624–632. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jmm.v5i2.4105>

Susetyasari T. (2012). Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 4(3), 19–28. <https://media.neliti.com/media/publications/132997-ID-kemasan-produk-ditinjau-dari-bahan-kemas.pdf>