

UPAYA PERBAIKAN KEMASAN DAN PELABELAN GUNA MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK BUMBU CV. MIRACLE AGRO SPICES

Reni Dwi Anggraini^{1}, Jariyah^{2*}*

¹⁻²Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Teknik, Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur, Kota Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

e-mail: renidwianggraini893@gmail.com¹, jariyah.tp@upnjatim.ac.id²

Abstract. *Businesses in the food sector are the most desirable business sector in Indonesia. As the largest spice producing country in the world, this is the background for this business to start emerging because it has quite large growth prospects. CV. Miracle Agro Spices takes advantage of this potential by creating ready-to-use seasoning products that are claimed to have functional properties for cooking mixes. Bath seasoning and lemon & pepper seasoning are products being developed by CV. Miracle Agro Spices has been packaged in kilo plastic and plastic spice bottles, but has not been properly labeled according to applicable regulations. The purpose of this service is to help partners improve packaging and labeling to improve the quality of their products by adjusting government regulations. The implementation method used is an approach, label and packaging introductions, briefings, and assistance activities for making label designs. The results achieved were in the form of more attractive and informative packaging labels, introducing marketable types of packaging by using additional standing pouch model aluminum foil packaging as packaging variations, and being able to increase consumer confidence and the competitiveness of similar products in the market.*

Keywords: *Labels, Packaging, Seasoning Products, CV. Miracle Agro Spices.*

Abstrak. Usaha di bidang pangan menjadi sektor bisnis paling diminati di Indonesia. Sebagai negara penghasil rempah-rempah terbesar di dunia, hal ini menjadi latarbelakang bisnis tersebut mulai bermunculan dikarenakan memiliki prospek pertumbuhan cukup besar. CV. Miracle Agro Spices memanfaatkan potensi tersebut dengan menciptakan produk bumbu siap pakai yang diklaim memiliki sifat fungsional untuk campuran masakan. Bumbu mandi dan *lemon & pepper seasoning* merupakan produk yang sedang dikembangkan oleh CV. Miracle Agro Spices sudah dikemas dalam plastik kiloan dan botol bumbu plastik, tetapi belum diberi label yang sesuai dengan peraturan yang berlaku. Tujuan pengabdian ini untuk membantu mitra memperbaiki pengemasan dan pemberian label untuk meningkatkan kualitas produknya dengan menyesuaikan peraturan pemerintah. Metode pelaksanaan yang digunakan adalah pendekatan, introduksi label dan kemasan, pengarahan, serta kegiatan pendampingan pembuatan desain label. Hasil yang dicapai berupa label kemasan lebih menarik dan informatif, memperkenalkan jenis kemasan *marketable* dengan menggunakan tambahan kemasan aluminium foil model *standing pouch* sebagai variasi kemasan, dan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta daya saing produk sejenis di pasaran.

Kata kunci: Label, Kemasan, Produk Bumbu, CV. Miracle Agro Spices

1. Pendahuluan dan Rumusan Masalah

Indonesia adalah produsen rempah-rempah terbesar keempat di dunia. Rempah-rempah menjadi komoditas penting pada jalur perdagangan yang berperan dalam pertumbuhan

perekonomian dan sejarah Peradaban Bangsa. Hal ini dibuktikan dengan data yang dirilis pada tahun 2016 oleh *Food and Agriculture Organization* (FAO), bahwa Indonesia termasuk produsen rempah-rempah terbesar keempat di dunia dengan jumlah produksi 113.649 ton dan jumlah ekspor sebesar USD652,3 juta. Saat ini banyak sekali bisnis yang bermunculan, namun bisnis di bidang pangan (*food and beverages*) paling banyak digandrungi para pelaku usaha dikarenakan memiliki potensi tinggi dan prospek pertumbuhan cukup besar, sehingga menjadi latarbelakang melimpahnya rempah-rempah dan bumbu dasar yang ada di Indonesia. Menurut Marihandono dan Kanumoyoso (2016), pengaruh budaya asing sangat besar pengaruhnya terhadap perkembangan industri makanan. Salah satu contohnya adalah impor produk pangan asing dari luar negeri. Kecenderungan pola konsumsi saat ini dapat dilihat dari luar negeri yang sering mengonsumsi makanan cepat saji. Akibatnya, pola konsumsi penduduk di Indonesia lebih menyukai makanan tersebut jika dibandingkan makanan yang memerlukan proses penyajian lama.

Saat ini, salah satu industri makanan yang paling umum dijumpai adalah industri rempah/bumbu masak. Istilah lain untuk bumbu disebut juga sebagai *seasoning*. Bumbu masak atau *seasoning* merupakan perpaduan antara rempah-rempah dan bumbu dasar yang ditambahkan ke dalam makanan sebelum penyajian. Penggunaan bumbu ini akan meningkatkan daya terima konsumen, karena dapat menghasilkan cita rasa alami pada berbagai masakan. Oleh karena itu, penambahan bumbu pada suatu masakan dapat memberikan efek menggugah selera dan memberikan karakteristik yang unik (Adawyah, 2011). Selain cita rasa, bumbu juga dapat digunakan sebagai bahan pengawet makanan dan obat-obatan (Haryati, 2015). Cita rasa dari bumbu tersebut berupa aroma yang harum dan rasa lebih lezat. Bumbu instan adalah campuran berbagai bumbu dengan komposisi tertentu yang dapat langsung digunakan untuk membumbui masakan tertentu. Terdapat 2 jenis bumbu instan yaitu bubuk kering dan pasta basah. Bumbu instan yang diperoleh dari olahan bumbu dapat digunakan untuk konsumsi rumah tangga atau industri sehari-hari (Sianipar et al. 2008).

Potensi rempah-rempah dan bumbu dasar yang cukup tinggi, dimanfaatkan oleh CV. Miracle Agro Spices menjadi produk bumbu siap pakai yang memiliki sifat fungsional. Perusahaan tersebut didirikan dengan nama CV. Miracle Agro Spices dan masih diproduksi skala menengah yang berlokasi di Jl. Raya Sedati, Tumapel, Wedi, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Sidoarjo 61254, Provinsi Jawa Timur, sejak tahun 2021 dengan brand "DJEJAK REMPAH". Dari sekian banyaknya produk, saat ini perusahaan sedang mengembangkan

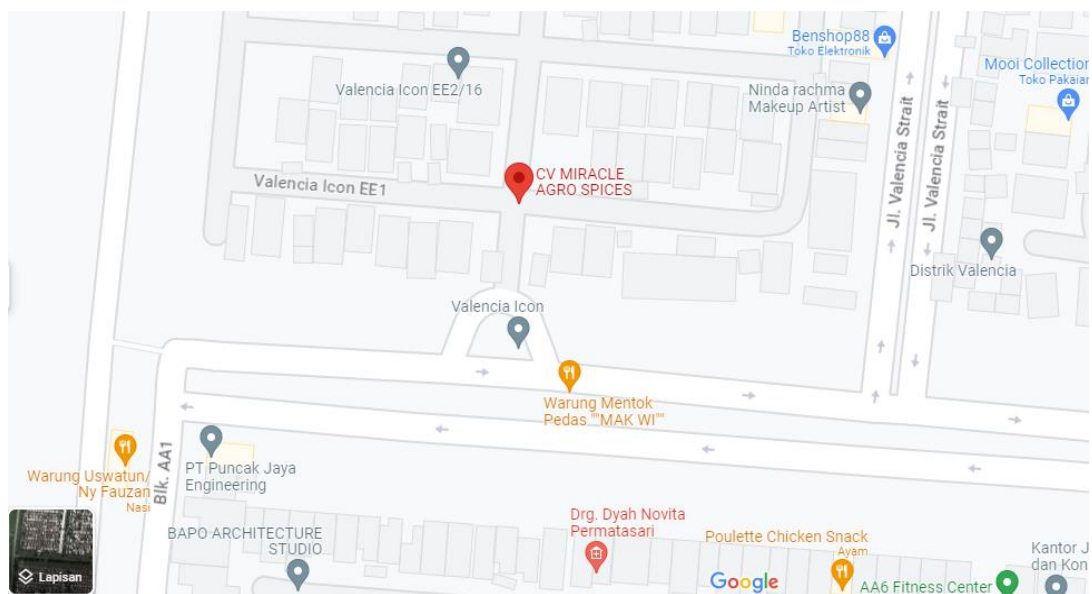
produk bumbu mandi dan *lemon & pepper seasoning*. Untuk penjualannya sementara produk dikemas dalam kantong plastik kiloan biasa dan dipasarkan melalui media sosial untuk menjangkau konsumen di seluruh wilayah Indonesia. Bumbu instan tersebut dinilai lebih praktis karena tidak perlu repot mempersiapkan bahan-bahan segar sehingga lebih menghemat waktu memasak. Selain itu, bumbu instan juga populer karena dapat menghasilkan rasa yang lebih konsisten yang dapat menjaga kualitas dan cita rasa masakan, sehingga produk Djajak Rempah memiliki banyak penggemar.

Persaingan produk rempah dan sejenisnya juga semakin ketat, tidak hanya mutu hasil produk yang diunggulkan saja, akan tetapi juga diimbangi usaha dalam mengejar nilai lebih tinggi dari sudut pandang konsumen. Menurut Rhina and Iriranto (2015), estetika pengemasan bisa menjadi “perangkap emosional” bagi konsumen. Pengemasan adalah bagian dari proses yang meliputi desain dan pembuatan wadah luar atau pembungkus. Selain melindungi produk dari goresan, kerusakan atau kelembaban, kemasan yang baik juga menjadi faktor yang sangat efektif untuk menarik perhatian pembeli. Terlebih lagi, saat produsen hendak meluncurkan produk baru, maka salah satu tugas terpenting yakni membuat kemasannya terlihat unik, menonjol, dan berbeda. Jika tidak memberikan kesan berbeda dengan produk lain, maka produk baru tersebut akan “menurun atau tenggelam”. Perusahaan harus lebih aktif lagi untuk meningkatkan strategi pemasaran dengan mengambil kesempatan dikalangan para pesaing dalam bidang yang sama.

Berdasarkan hasil diskusi dan survei, produk baru Djajak Rempah yang sedang dikembangkan oleh CV. Miracle Agro Spices masih perlu mendapat perhatian dalam hal perbaikan desain label dan kemasan. Produk bumbu mandi dan *lemon & pepper seasoning* menggunakan label kemasan berupa kertas stiker putih kecil biasa yang ditempelkan di satu sisi kemasan plastik. Produk juga sudah dikemas dalam plastik kiloan berbahan LLDPE dan botol bumbu plastik berbahan PET, tetapi belum diberi label yang mengacu pada Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2019 tentang Label Pangan Olahan dan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, bila tidak segera diselesaikan akan berpengaruh dalam pemasarannya dan pengurusan kelengkapan dokumen untuk perijinan PIRT belum berhasil. Dari permasalahan aspek produksi tersebut, antara mitra dan mahasiswa bersepakat untuk tujuan yang akan dicapai melalui program ini yaitu membantu mitra dalam mengembangkan atau perbaikan kemasan agar lebih informatif dan menarik, memperkenalkan jenis kemasan bersifat *marketable* dengan penggunaan kemasan aluminium foil model *standing pouch*

sebagai penambahan variasi kemasan produk bumbu mitra, sehingga dapat meningkatkan kualitas produk dan kepercayaan konsumen di pasaran.

Program pengabdian dilaksanakan setelah tahap persiapan telah selesai. Pelaksanaan program meliputi: (1) koordinasi awal bersama mitra mengenai pelaksanaan kegiatan; (2) introduksi atau memperkenalkan jenis kemasan *marketable* menggunakan kemasan aluminium foil model *standing pouch* sebagai penambahan variasi kemasan baru mitra, serta mendampingi proses perbaikan desain label yang akan ditempel pada kemasan bumbu sesuai peraturan yang berlaku; serta (3) melakukan monitoring dan mengevaluasi program apakah berjalan sesuai rencana.



Gambar 1. Peta Lokasi CV. Miracle Agro Spices

2. Metode

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan mulai tanggal 04 April 2023 yang berlokasi di CV. Miracle Agro Spices, Sidoarjo, Jawa Timur dengan melibatkan pemilik usaha dan 1 orang karyawan selaku penanggung jawab kemasan. Metode pelaksanaan yang digunakan untuk mengatasi permasalahan tersebut dilakukan secara pendekatan, introduksi label dan kemasan, pelatihan, hingga pendampingan dalam perbaikan desain label dan kemasan terhadap produk mitra. Rincian tahapan yang akan dilaksanakan dibagi menjadi tiga tahap yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, serta tahap monitoring dan evaluasi (monev). Adapun rincian dari tiga tahapan yang akan dilaksanakan yakni sebagai berikut:

a. Tahap Persiapan

Tahap persiapan awal program dilakukan dengan cara menjalin silaturahmi, perkenalan dengan mitra, penjelasan tentang program pengabdian, identifikasi permasalahan yang ada, serta mengamati produk yang dinilai potensial untuk target pelanggan.

b. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan pelaksanaan terkait perbaikan desain label dan penambahan variasi kemasan produk yang dilakukan dengan berdiskusi bersama mitra dan karyawan. Mulai dari merk dagang, nama dan alamat IRTP yang memproduksi produk, berat bersih, tanggal produksi dan kadaluwarsa, komposisi, cara penyimpanan, penempatan logo halal, ISO 22000, maupun PIRT. Dalam kegiatan ini, mahasiswa mengimplementasikan ilmu yang diperoleh dalam mata kuliah untuk memberikan solusi pada permasalahan yang dihadapi dan membantu mitra dalam mendesain label kemasan sesuai peraturan pemerintah. Mahasiswa juga memperkenalkan jenis kemasan *marketable* dan menjelaskan kelebihan kekurangannya. Sebagai sampel, diperlukan bumbu mandi dan *lemon & pepper seasoning* yang sudah dikemas dan ditimbang beratnya sesuai kapasitas yang ditentukan. Proses pelabelan akan berlanjut jika desain label dan kemasan diterima oleh mitra yang kemudian akan dicetak dan ditempelkan pada kemasan.

c. Tahap Monitoring dan Evaluasi (Monev)

Tahap monitoring dilakukan secara intensif oleh mahasiswa setiap kali kegiatan berlangsung dengan tujuan memastikan kinerja, akuntabilitas, dan transparansi supaya kegiatan berjalan dengan baik. . Sedangkan, tahap evaluasi program pengabdian dilakukan sejalan dengan monitoring, sehingga jika ada masalah bisa diperbaiki. Evaluasi pelaksanaan program ditinjau dari berbagai perspektif, seperti setelah perbaikan label desain dan penambahan variasi kemasan apakah akan mempengaruhi kinerja penjualan. Produk diproyeksikan akan bertambah daya simpannya karena penggunaan variasi kemasan baru yang sesuai dengan karakteristik produk.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan secara bertahap. Pada tanggal 17 Mei 2023 pukul 13.00-14.30 WIB telah dilaksanakan tahap persiapan yaitu menjalin silaturahmi, perkenalan, dan menjelaskan tentang program pengabdian dengan mitra terkait pelaksanaan kegiatan dengan mencocokkan jadwal antara pemilik usaha dan mahasiswa sebagaimana didokumentasikan pada gambar 2. Dalam kegiatan persiapan, mahasiswa juga mewawancarai pemilik usaha guna

membahas mengenai permasalahan atau kendala produk yang sedang dihadapi mitra. Dari pendekatan tersebut, nantinya dapat ditentukan arah dan penyusunan program kerja berupa pelaksanaan program, diskusi label dan kemasan yang sesuai dengan produk bumbu mandi dan *lemon & pepper seasoning*, karyawan Djejak Rempah yang akan terlibat dalam kegiatan pelaksanaan, mempersiapkan alat dan bahan untuk pendukung kelancaran kegiatan seperti pencetakan desain ataupun contoh kemasan, *finishing*, serta monitoring dan evaluasi.



Gambar 2. Koordinasi Awal dengan Mitra



Gambar 3. Diskusi antara Mahasiswa dengan Pemilik Usaha dan Karyawan Djejak Rempah

Selama tahap pelaksanaan pengabdian, salah satu program yang akan membantu mitra adalah mendampingi proses perbaikan label desain dan penambahan variasi kemasan baru untuk produk. Setelah ditetapkan jadwal kegiatan, pelaksanaan pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 24 Mei 2023 pukul 13.00-15.40 WIB, yang mana terlihat pada gambar 3. Mahasiswa dan juga pemilik usaha serta karyawan dari Djejak Rempah mengadakan sesi diskusi untuk membahas kendala-kendala yang ada pada produk, dan mencari jalan keluar dengan memperbaiki tampilan kemasannya. Mahasiswa juga memperkenalkan atau mengintroduksi jenis kemasan yang tersedia di pasaran terutama kemasan bersifat *marketable*, dan menjelaskan kelebihan kekurangannya. Saat ini, model pengemasan pangan sudah mulai bervariasi di pasaran, sehingga diperlukan adanya identifikasi kebutuhan dan penempatan pengemasan yang diinginkan oleh mitra ataupun CV. Menurut pernyataan Widiati (2019), kemasan pada dasarnya harus bersifat informatif, diberi label dengan jelas,

penyampaian manfaat dan tujuan penggunaan, memiliki label yang jelas sesuai peraturan pelabelan dan periklanan, efisiensi, daya tarik dan kemudahan penggunaan. Untuk kemasan dan label lama bumbu mandi dan *lemon & pepper seasoning* mitra ditampilkan pada gambar 4.



Gambar 4. Kemasan dan Label Lama

Jika ditinjau dari bentuk pengemasan, keduanya sama-sama kurang melindungi produk dari kerusakan, apalagi pengaruh sinar matahari. Untuk kemasan kantong plastik bening nampak biasa dan sederhana, sedangkan botol bumbu plastik memiliki nilai estetik dan daya tahan tinggi, tetapi dilihat dari biaya produksi harganya kurang ekonomis, sehingga diperlukan penambahan variasi model kemasan yang sesuai dengan karakteristik produk agar masa simpan menjadi lebih lama. Berdasarkan hasil diskusi, bentuk ukuran kemasan kedua produk akan dibagi menjadi tiga yaitu tetap menggunakan kemasan kantong plastik bening kiloan dan botol bumbu plastik seperti sebelumnya, kemudian ditambahkan variasi kemasan mini yakni kantong aluminium foil model *standing pouch* berkapasitas 50 gram. Penggunaan kemasan ini merupakan solusi yang mampu melindungi produk dari kerusakan akibat paparan langsung sinar matahari, air, udara, faktor lingkungan lainnya. Selain itu, pori-pori aluminium foil sangat rapat, sehingga dapat menjaga mutu produk selama penyimpanan ataupun distribusi, tidak seperti kemasan plastik yang rawan pada kondisi tertentu. Fungsi utama kemasan primer tersebut selaras dengan pernyataan Indrajaya (2020) bahwa *zipperlock* dan *valve* yang ada pada aluminium foil dapat mencegah masuknya udara dengan sistem buka tutup tanpa merusak kemasan dan juga mempertahankan tingkat ke higienisan produk.

Selain penentuan jenis kemasan produk, pelabelan merupakan salah satu bagian terpenting dalam proses pengemasan yang juga berperan dalam strategi pemasaran perusahaan. Bukan hanya bagus secara visual dan verbal saja, pelabelan juga harus sesuai dengan regulasi.. Menurut Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan yang mendefinisikan label adalah setiap keterangan mengenai pangan olahan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan olahan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan. Semakin lengkap informasi pada label kemasan, calon pembeli akan semakin tahu dan lebih meyakinkan mereka untuk membeli. Selain itu, kemasan tersebut harus dapat menarik perhatian konsumen dalam waktu sesingkat-singkatnya agar mudah dikenal dan menjadi brand ambassador atau duta merk yang mewakili total konsep produk (Mukhtar and Nurif, 2015). Oleh karena itu, informasi-informasi yang disampaikan melalui kemasan harus secara langsung memikat emosional konsumen. Pada grafis kemasan terdapat tiga elemen utama yang memegang peran penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen, yaitu warna, teks, dan elemen visual yang terdiri dari gambar, foto, ornamen yang menarik, dan sebagainya (Nugrahani, 2015).

Dalam Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2018 Pasal 2 juga dijelaskan, setiap orang yang memproduksi pangan olahan di dalam negeri untuk diperdagangkan dalam kemasan eceran wajib mencantumkan label. Untuk pencantuman label dilakukan sedemikian rupa sehingga tidak mudah lepas dari kemasannya, tidak mudah luntur atau rusak, serta terletak pada bagian kemasan pangan yang mudah untuk dilihat dan dibaca. Pada gambar 3 menunjukkan informasi pada label produk yang telah dibuat produsen sebelumnya, hanya memberikan sedikit keterangan seperti nama, kode produksi, tanggal produksi dan kadaluwarsa, berat bersih, simbol halal, dan tanpa daftar komposisi. Label pangan setidaknya memberikan keterangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6, yang mana dalam hal pangan olahan dijual kepada pelaku usaha untuk diolah kembali menjadi pangan olahan lainnya, label harus memuat keterangan paling sedikit mengenai nama produk, berat bersih atau isi bersih, nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor, tanggal dan kode produksi, dan keterangan kadaluwarsa. Waktu penjualan kedua produk dikatakan pesanan awal sehingga informasi lain ataupun izin edar belum didaftarkan dan pada label belum dicantumkan, namun label kemasan mitra masih memenuhi peraturan BPOM.

Pada Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 mengenai keterangan bahan yang digunakan yang tertera pada Pasal 22, untuk pangan yang mengandung Bahan Tambahan Pangan, pada Label wajib dicantumkan golongan Bahan Tambahan Pangan. Dari hasil diskusi, label

kemasan belum dicantumkan daftar komposisi dan bahan tambahan pangan (BTP) pengatur keasaman sitrat yang digunakan. Penggunaan desain label tersebut pada kemasan masih bersifat sementara, karena perusahaan memiliki tujuan awal untuk memperkenalkan dan memasarkan produk baru tersebut kepada industri pengolahan besar. Akan tetapi, hal tersebut bertolak belakang dengan aturan yang berlaku. Untuk penggunaan Bahan Tambahan Pangan ditegaskan harus memiliki nama Bahan Tambahan Pangan dan atau kode internasional, pada Label dapat dicantumkan nama Bahan Tambahan Pangan dan kode internasional dimaksud, kecuali Bahan Tambahan Pangan berupa pewarna. Hasil inilah yang menjadi acuan bagi mahasiswa untuk melakukan perbaikan pada label kedua produk tanpa merugikan mitra yang terlibat/bersangkutan.

Berdasarkan label kemasan sebelumnya akan dilakukan perbaikan ulang untuk menghasilkan desain label kemasan yang baru sesuai dengan Peraturan BPOM, Pemerintah, dan tetap menyesuaikan keinginan mitra. Berdasarkan informasi diskusi yang sudah diterima, dibuatlah desain label kemasan bumbu mandi dan *lemon & pepper seasoning* dan pembaruan kemasan menggunakan botol bumbu plastik dan aluminium foil model *standing pouch* seperti pada gambar 5 dan 6.



Gambar 5. Label Baru untuk Kemasan Botol Bumbu Plastik



Gambar 6. Label Baru untuk Kemasan Aluminium Foil Model *Standing Pouch*

Setelah disesuaikan Peraturan BPOM dan Pemerintah, pada label baru telah dicantumkan sejumlah informasi pada kedua produk, seperti merk dan nama produk, berat bersih, nama dan alamat produsen, tempat penyimpanan, tempat peletakan nomor PIRT, logo ISO 22000, logo halal, serta barcode pada produk untuk pembeda atau penanda produk asli. Kemudian untuk mempertanggungjawabkan manfaat produk bumbu, telah ditambahkan informasi komposisi hingga BTP yang digunakan. Dalam pencantuman daftar komposisi juga sudah disesuaikan peraturan, yang termuat pada Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2018 Pasal 14, di mana nama bahan yang dicantumkan dalam daftar bahan yang digunakan harus memenuhi ketentuan nama lazim yang lengkap dan tidak berupa singkatan, disusun secara berurutan dimulai dari bahan yang digunakan paling banyak, kecuali vitamin, mineral dan zat penambah gizi lainnya.

Selain detail informasi, aspek grafis juga dicantumkan seperti gambar sebagai penanda bahan baku utama (lemon, lada hitam, dan masakan bumbu mandi), penggunaan bahan label (stiker), dan warna *background* yang mewakili jenis bumbu. Hal ini sudah memenuhi Peraturan BPOM Pasal 17, yang mana gambar bahan pangan lainnya boleh dicantumkan apabila pangan olahan mengandung bahan baku tersebut, bukan sebagai BTP. Fisla Wirda et al., (2020) juga menyatakan bahwa penggunaan label stiker *full color* bertujuan agar produk lebih memiliki nilai prestise dari sudut pandang konsumen dibandingkan dengan produk lain, produk memberikan kesan lebih berkualitas, dan terlindungi. Dalam hal ini, Balaban Djurdjev & Maletic (2011) juga menambahkan bahwa pemilihan warna kemasan sebenarnya tergantung dari sifat dan karakteristik produk. Pertimbangan pemilihan konsep warna harus dilakukan dengan baik dan cermat, karena jika pilihan salah dapat menunjukkan identitas produk yang salah kepada konsumen dan berdampak negatif pada keputusan pembeliannya. Dengan adanya warna *background* tiap kemasan yang berbeda-beda, diharapkan dapat menjadi acuan bagi konsumen agar lebih elegan tampilannya saat pembelian produk, lebih elegan tampilannya, dan hal ini penting untuk mencegah konsumen salah membedakan produk.



Gambar 7. Hasil Akhir Tampilan Kemasan Botol Bumbu Plastik



Gambar 8. Hasil Akhir Tampilan Kemasan Aluminium Foil Model *Standing Pouch*

Tahap terakhir adalah kegiatan monitoring dan evaluasi. Pada kegiatan pertama, dilakukan untuk melihat sejauh mana desain kemasan yang disiapkan oleh mahasiswa dan pelaku usaha. Sedangkan kegiatan kedua adalah kegiatan *packing* atau *finishing* dari kemasan. Label yang telah dirancang kemudian dicetak dan direkatkan di bagian luar dari kemasan botol bumbu plastik dan *standing pouch* yang telah ditampilkan pada gambar 7 dan 8. Hasil penyelenggaraan kegiatan dinyatakan sudah sesuai dengan rencana. Hal ini didasarkan pada hasil wawancara yang telah dilakukan bersama mitra dan karyawan bahwa kegiatan ini membawa manfaat yang signifikan bagi mereka terutama bisa meningkatkan daya saing produk di pasaran.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pendampingan perbaikan desain label dan penambahan variasi kemasan baru dinyatakan telah memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh konsumen dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Mitra juga menyambut baik program perbaikan label dan penambahan variasi kemasan aluminium foil model *standing pouch* yang telah diberikan mahasiswa, dikarenakan hasilnya lebih informatif, menarik, dan mempunyai karakteristik unik bila dibandingkan dengan label dan kemasan sebelumnya. Rancangan label juga sudah

digunakan dan ditempelkan di bagian luar dari kemasan botol bumbu plastik dan *standing pouch*. Dengan kondisi tersebut, produk mitra dapat meningkatkan kualitas produknya dengan baik antar produk bumbu sejenis dan berkembang sesuai keinginan. Rekomendasi yang dapat diberikan untuk kegiatan selanjutnya adalah segera dipersiapkan dan kelengkapan dokumen legalisasi PIRT produk bumbu mandi dan *lemon & pepper seasoning* dengan tujuan produk layak untuk diedarkan sesuai perizinan dan standar keamanan yang telah ditetapkan oleh lembaga terkait.

Daftar Pustaka

- Adawyah, R. (2011). *Pengolahan dan Pengawetan Ikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2018). Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan. *Badan Pengawas Obat Dan Makanan*, 53, 1689–1699
- Balaban Djurdjev, P., & Maletic, V. (2011). Visual Impact of Graphic Information in the Package. *Proceedings of the 2011 InSITE Conference*, 033–046. <https://doi.org/10.28945/1442>
- Fisla Wirda, Herizon, & Trimardi Putra. (2020). Penguatan Daya Saing UKM Pada Usaha Makanan Khas Daerah Sumatera Barat. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 579–587. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i4.4165>
- Haryati. (2013). *Rempah-Rempah dan Bahan Penyegar*. Universitas Pendidikan Indonesia, 1–41.
- Indrajaya, Y. C. (2020). Perancangan desain kemasan sambal pecel “Bumbu Ndeso” Blitar. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(8), 7–13.
- Nugrahani, R. (2015). Peran Desain Grafis Pada Label Dan Kemasan Produk Makanan Umkm. *Imajinasi: Jurnal Seni*, 9(2), 127–136.
- Pemerintah Indonesia. (1999). Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan. *Pemerintah Republik Indonesia*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/54404>
- Rhina, U., & Irianto, H. (2015). Pengemasan Produk Dalam Meningkatkan Produk Berbahan Baku Kacang Yang Marketable. *Prosiding Seminar Nasional 4th UNS SME's Summit & Awards*, 210–216
- Sianipar, D., & Syarief, R. (2008). Kajian Formulasi Bumbu Instan Binthe Biluhuta, Karakteristik Hidratasi dan Pendugaan Umur Simpannya dengan Menggunakan Metode Pendekatan Kadar Air Kritis. *Jurnal Teknologi dan Industri Pangan XIX*(1): 32-39.
- Syukrianti Mukhtar, Muchammad Nurif (2015). Peranan Packaging dalam Meningkatkan Hasil Produksi terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora*, 8(2), 181–191.
- Widiati, A. (2019). Peranan Kemasan Dalam Meningkatkan Pemasaran Umkm Di Mas Pack Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 8(2), 67–76.