



Manajemen Usaha dan Pembuatan Kemasan Serta labeling Home Industri Kue Basah di Kecamatan Mariso Kota Makassar

Hendrayani✉

Program Studi Manajemen, Universitas Pejuang RI Makassar, Indonesia

Abstrak

Bisnis kue basah selama ini sangat menjanjikan bagi yang menggelutinya, pasalnya kue jenis ini merupakan camilan yang enak dan mengenyangkan. Selain dua faktor tadi, kue basah juga memiliki banyak peminat dari segala macam usia dan berbagai macam kalangan. Jika melihat kompetitor-kompetitor yang bergerak dibidang usaha yang sama, memang sudah cukup banyak. Dengan inovasi rasa yang lebih enak, ukuran yang cantik dan menarik, harga yang ekonomis, dan yang paling penting sehat dan higienis dengan memberikan kemasan dan label yang menarik juga sehingga produk yang mitra miliki mampu bersaing dan laku dipasaran. Dengan usaha kue basah (sosis solo, risoles, pastel, lempur, dan martabak mini) Home Industri di RT 01 RW 014 Kelurahan langgini Bangkinang yang sudah memiliki pelanggan tetap maka akan menambah pemasarannya dengan membuat kemasan dan label yang menarik untuk mencari pasar dan bahkan agen yang mau menjualnya, sehingga akan ada banyak yang membantu untuk mengembangkan usaha kue basah ini. Permasalahan yang dihadapi adalah (1) belum maksimalnya manajemen wirausaha yang dilakukan (2) belum diberikan kemasan yang baik pada produk kue basah yang dipasarkan dan (3) belum diberikan labelling untuk mengenalkan produknya. Tahapan pelaksanaan pengabdian yang akan dilakukan adalah: membantu dalam hal kemasan dengan memberikan bantuan berupa alat untuk merekatkan kemasan yang siap dipasarkan agar terlihat rapi, membantu membuat label yang menarik pada kemasan dengan mengganti label yang lama; membantu melakukan promosi dengan memasang banner kecil di depan rumah mitra.

Kata Kunci: *manajemen; usaha; kue basah*

Abstract

The wet cake business has been very promising for those who are involved in it because this type of cake is a delicious and filling snack. In addition to the two factors above, wet cakes also have many fans from all ages and various circles. If you look at the competitors who are engaged in the same business sector, there are indeed quite a lot. With innovations in better taste, beautiful sizes, economical prices, and most importantly healthy and hygienic by providing attractive packaging and labels so that the products that partners have can compete and sell in the market. With the wet cake business (solo sausage, risoles, pastels, Lemper, and Martabak) Home Industry in RT 01 RW 014 Langgini Village Bangkinang which already has regular customers will increase its marketing by making attractive packaging and labels to find markets and even agents who want

to sell it, so that there will be many who help to develop this wet cake business. The problems faced are (1) the entrepreneurial management that has not been maximized (2) the marketed wet cake products have not been given good packaging and (3) they have not been given labeling to introduce their products. The stages of implementing the community service that will be carried out are: helping with packaging by assisting in the form of tools to glue the packaging that is ready to be marketed so that it looks neat, helping to make attractive labels on the packaging by replacing the old labels; helping to carry out promotions by putting up small banners in front of the partner's house.

Keywords: *management; business; wet cake*

Copyright (c) 2025 Hendrayani

✉ Corresponding author : Hendrayani
Email Address : indrayani0441@gmail.com

PENDAHULUAN

Mitra pada program pengabdian masyarakat ini adalah para pemilik home industri kue basah di Kecamatan Mariso yang telah mendirikan usaha kue basah sudah kurang lebih 3 tahun. Dimana pada saat mendirikan usahanya pertama kali yaitu masih bolu kukus dan saat ini sudah berkembang usahanya dengan berbagai jenis kue basah yaitu martabak mini, lempeng, risoles dan lumpia. Kue basah selama ini sangat menjanjikan bagi yang menggelutinya, karena kue jenis ini merupakan camilan yang enak dan mengenyangkan (Ahmad, 2016). Selain dua faktor tadi, kue basah juga memiliki banyak peminat dari segala macam usia dan berbagai macam kalangan (Hadiyati, 2011). Kue basah sering juga disebut jajanan pasar, kue-kue tradisional khas Indonesia yang tidak ada duanya dimanapun sehingga penikmatnya tidak dapat berpindah hati (Rahayu dkk, 2024). Kue basah selain menjadi camilan juga biasanya dihidangkan dalam acara-acara penting, seperti dalam lamaran, pernikahan, syukuran dan acara lainnya. Pangsa pasar yang seperti ini akan banyak menguntungkan para pebisnis kue basah, dan bagi yang baru akan menggelutinya (Sigalingging dkk, 2024).

Sistem yang mengatur proses produksi, manajemen usaha dan pemasaran agar usaha benar-benar berjalan lancar dan sesuai dengan mekanisme yang diinginkan maka manajemen usaha, maupun pemasarannya (Karim dkk, 2024). Dengan demikian akan mudah di dalam menerapkannya manajemen usaha sehingga berjalan lancar, rapi dan sukses meskipun usaha tersebut semula kecil. Memperbanyak variasi bentuk, jenis dan rasa kue basah yang produksi sehingga konsumen akan memiliki banyak pilihan (Cenadi, 2000). Sedangkan model kemasan diusahakan serapi, sebersih dan semenarik mungkin. Kemasan juga sangat mempengaruhi minat konsumen karena penampilan produk yang menarik dan higienis (Ahmad, 2023; Karim, 2024). Bentuk kemasan kue basah atau kering, mahal atau murah, pengusaha harus pandai mengemasnya dan sekaligus mengenalkan produk yang dipasarkan melalui labelling (Ahmad dkk, 2024).

Kue dan makanan tradisional memang memiliki cita rasa yang berbeda jika dibandingkan dengan makanan luar negeri. Meskipun masakan luar negeri sangatlah kuat di Indonesia, namun kue-kue tradisional telah mendapat tempat di hati masyarakat Indonesia (Maddatuang dkk, 2020). Dalam analisa usaha ini akan membahas mengenai

kue tradisional yaitu kue basah. Jika melihat kompetitor-kompetitor yang bergerak dibidang usaha yang sama, memang sudah cukup banyak (Indrawati dkk, 2024). Dengan inovasi rasa yang lebih enak, ukuran yang cantik dan menarik, harga yang ekonomis, dan yang paling penting sehat dan higienis dengan memberikan kemasan dan label yang menarik juga sehingga produk yang kami miliki mampu bersaing dan laku dipasaran (Sani dkk, 2022). Dengan usaha kue basah (sosis solo, risoles, pastel, lempur, dan martabak mini) Bu Lena yang sudah memiliki pelanggan tetap, maka akan menambah pemasarannya dengan membuat kemasan dan label yang menarik untuk mencari pasar dan bahkan agen yang mau menjualnya (Pakabu dkk, 2024). Sehingga akan ada banyak yang membantu untuk mengembangkan usaha kue basah ini.

Fasilitas atau sarana dan prasarana yang dimiliki oleh para pemilik Home Industry Kue Basah cukup memadai untuk dikembangkan lagi, hanya sarana dan prasarana untuk manajemen usaha, membuat kemasan dan labelling yang belum tersentuh untuk dikembangkan.

METODOLOGI

Berdasarkan uraian sebelumnya, serta hasil diskusi dengan mitra, maka prioritas permasalahan yang harus diselesaikan bersama mitra home industri kue basah Kecamatan Mariso adalah memperbaiki manajemen wirausaha dan pembuatan kemasan serta labelling pada produk kue basah.

Tahap 1, Bidang Produksi, yaitu :

1. Mempersiapkan materi pelatihan bersama dengan tim pengabdian dari survey awal yang dilakukan kepada mitra terhadap bagaimana proses produksi yang dilakukan oleh mitra.
2. Melakukan diskusi tentang kebutuhan mitra dalam melaksanakan proses produksi kue basah.

Tahap 2, Bidang Manajemen yang digunakan yaitu :

1. Memberikan materi pengetahuan dan membuka wawasan kepada mitra tentang manajemen wirausaha sampai dengan pentingnya kemasan dan labeling pada produk kue basah sehingga tercipta kue basah yang higienis.
2. Pelatihan manajemen usaha sampai dengan kemasan dan labelling melalui pemberian materi dan diskusi dengan mitra.
3. Pendampingan manajemen usaha sampai dengan pembuatan kemasan dan labeling.

Tahap 3, Bidang Pemasaran

Pada bidang ini, langkah yang akan digunakan yaitu mengevaluasi hasil pelatihan dan pendampingan manajemen wirausaha, pembuatan kemasan dan labeling yang dimana merupakan unsur dari manajemen pemasaran dengan memantau realisasi dari pembuatan kemasan dan label yang menunjang pemasaran kue basah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Hasil yang dicapai dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan koordinasi sekaligus survey tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. kegiatan ini merupakan koordinasi awal dengan pemerintah setempat, dalam hal ini Lurah Kelurahan Langgini. Setelah mendapatkan persetujuan dan kesepakatan dengan camat mariso maka selanjutnya dilakukan koordinasi dengan salah satu mitra home industri kue basah kecamatan mariso untuk dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
2. Mempersiapkan materi pelatihan bersama dengan tim pengabdian dari survey awal yang dilakukan kepada mitra terhadap bagaimana proses produksi yang dilakukan oleh mitra.
3. Melakukan diskusi tentang kebutuhan mitra dalam melaksanakan proses produksi kue basah.
4. Memberikan pembelajaran dan pendampingan dalam meningkatkan manajemen wirausaha Home Industri Kue Basah di Kecamatan Mariso.
5. Memberikan wacana dan penjelasan kepada home industri kue basah selaku mitra dalam pengabdian ini bagaimana cara meningkatkan manajemen wirausaha melalui usaha yang sudah di tekuni selama ini, yaitu mengenai;
 - a. Kualitas produk, bagaimana membuat produk yang berkualitas, salah satu nya melalui tampilan kemasan yang cantik sehingga mampu menarik minat masyarakat.
 - b. Pemasaran, membantu mitra kami dalam memasarkan/mengenalkan produknya untuk lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas, selain masyarakat di lingkungan dimana Ibu Lena tinggal, dengan memanfaatkan media sosial yang ada (WhatsApp, Line, BB, Facebook) (Karim dkk, 2024). Promosi dengan cara ini sangat mudah dan bisa dikendalikan langsung setiap saat oleh mitra kami. Disamping itu kami juga membuat banner kecil untuk salah satu mitra (home industri kue basah) untuk di letakkan di depan rumah dan membuat stempel serta nota beli untuk melakukan manajemen usahanya. Banner ini bertujuan untuk mempermudah customer mencari lokasi sehingga bisa membantu mempromosikan mengenai produk apa saja yang dijual.
6. Pembuatan kemasan yang menarik serta membantu membuat design labelling pada kemasan produk kue basah. Bagaimana membantu mitra kami dalam hal ini mitra home industri kue basah di kecamatan mariso dalam membuat kemasan yang menarik, maka kami memberikan bantuan peralatan berupa mesin Hand Sealer/ Impulse Sealer sebanyak 2 unit (besar dan kecil). Mesin ini digunakan untuk merekatkan plastik pada sisinya sehingga kemasan bisa tertutup rapat. Dengan bantuan peralatan tersebut diharapkan bisa mengefisienkan waktu dan membuat tampilan kemasan lebih rapi. Sebelumnya home industrikue basah selaku mitra hanya menggunakan staples biasa untuk merekatkan kemasan Selain itu kami juga membantu membuat design labelling pada produk yang dipasarkan oleh salah satu mitra pemilik *home industri* kue basah. Mitra kami sebenarnya sudah membuat dan

meletakkan label pada setiap produk yang di pasarkan disetiap kemasan yang dijual, tapi masih sederhana (Sengaji & Wailmi, 2022). Untuk itulah kamu mencoba untuk menawarkan dan membuatkan design terbaru, dengan harapan akan membuat tampilan kemasan produk yang dijual menjadi lebih bagus dan menarik (Karim dkk, 2022).

7. Realisasi hasil pendampingan manajemen wirausaha, pembuatan kemasan dan labelling. Realisasi yang di dapat dari pendampingan ini adalah :
 - a. Tampilan kemasan jauh lebih rapi dan cantik dari sebelumnya. Jika sebelumnya Home Industri Kue Basah di kecamatan mariso menggunakan staples biasa untuk merekatkan kemasan tapi dengan adanya bantuan alat untuk merekatkan yaitu impulse sealer, kemasan terlihat lebih rapi. Ditunjang dengan design label terbaru menggantikan label yang lama, membuat tampilan kemasan lebih menarik. Disamping menampilkan berbagai kue/jajanan, di label baru ini juga di tampilkan nomer Telepon pemilik home industri kue basah yang bisa dihubungi juga melalui WhatsApp.
 - b. Jangkauan pemasaran diharapkan lebih luas dengan di tambahnya media promosi berupa banner yang di pasang di depan rumah pemilik home industri kue basah di Kecamatan mariso. Selain itu memudahkan customer dalam mencari tempat tinggal mitra kami karena adanya banner tersebut.

B. Pembahasan

1. Pembuatan Kemasan

Kemasan sebuah produk merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi banyaknya penjualan atau minatnya konsumen terhadap produk tersebut (Agustina, 2009). Begitu juga dengan kegiatan pengabdian masyarakat ini langkah awal adalah dengan memberikan bantuan berupa alat untuk merekatkan kemasan yang siap dipasarkan agar terlihat rapi. Sebelum diadakan pengabdian ini pemilik *home industri* kue basah selaku Mitra dan Produsen kue basah ini masih menggunakan cara lama yaitu dengan staples kemudian saat ini sudah menggunakan *Impulse Sealer* sehingga kemasan terlihat rapi dan Higienis, sehingga lebih menarik konsumen dan meningkatkan penjualan.

2. Pembuatan Label

Pelabelan atau merk mempunyai banyak fungsi yaitu sebagai tanda pengenal suatu produk dan menjadikan pembeda dengan produk yang lainnya selain itu. Pelabelan produk menjadi penting karena merupakan sarana informasi dari produsen kepada konsumennya. Sehingga diketahui apa saja jenis produknya, dan ada informasi bahan-bahan yang digunakan sehingga konsumen merasa mendapat informasi yang jelas (Ahmad Jumarding dkk, 2021). Selain itu label juga sebagai sarana promosi, karena didalam label terdapat informasi atau nomer kontak produsen sehingga memudahkan konsumen untuk menghubungi atau pesan produk (Ahmad dkk, 2024). Begitu juga yang sudah di terapkan dalam Usaha home industri kue basah ini setelah ada kegiatan pengabdian masyarakat maka di buatkan label menarik pada kemasan dengan mengganti label lama.

Masih sederhana dan kurang menarik, dalam label yang baru dengan design khusus yang menarik dan sudah memberikan informasi yang jelas tentang jenis produk,

informasi produsen, dan tentunya informasi bahan-bahan yang digunakan (Karim, 2025). Sehingga tampilan produk sangat menarik sehingga penjualan semakin meningkat dan semakin menjadi produk yang terpercaya. Selain pelebelan dalam kegiatan pengabdian ini juga memberikan stempel dan nota penjualan yang bertujuan agar penjualan lebih tertata rapi dalam penjualan. Stempel juga didesign khusus dan menarik.

3. Promosi dan Manajemen Usaha

Tidak kalah pentingnya promosi juga bisa dilakukan dengan banyak cara salah satunya adalah Banner. Tujuan Banner itu sendiri adalah untuk menunjukan kepada calon konsumen tentang produk yang kita produksi. Selain itu sebuah banner juga bisa digunakan untuk menambah daya tarik dalam penjualan, dan menjadi iklan untuk promosi. Sebelum adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini mitra belum melakukan promosi dengan menggunakan banner hanya melalui mulut ke mulut (Mane dkk, 2022). Setelah ada kegiatan pengabdian ini maka membantu melakukan promosi dengan memasang banner kecil di depan rumah Mitra (home industri kue basah). Sesuai dengan tujuan promosi melalui banner tersebut maka produk mitra yaitu home industri kue basah dapat lebih dikenal luas oleh konsumen (Tingginehe dkk, 2022). Sama halnya dengan pelebelan tadi maka banner juga di design khusus sehingga mampu memberikan semua informasi dalam penjualan produk mitra yaitu kue basah sosis solo mini dan saat ini sudah berkembang usahanya dengan berbagai jenis kue basah yaitu martabak mini, lempeng, risoles dan lumpia.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang sudah dilakukan berupa manajemen wirausaha yang meliputi promosi dan pemasaran serta pentingnya kemasan dan labeling pada produk kue basah. Dimana dalam pengabdian ini kami membantu mitra (pemilik home industri kue basah) untuk masalah kemasan dengan memberikan bantuan berupa alat untuk merekatkan kemasan, yakni berupa 2 unit impulse sealer (Ukuran besar dan Ukuran Kecil) serta membuat label baru yang menarik untuk di letakkan pada kemasan yang akan di pasarkan serta memasang banner kecil di depan rumah Mitra (home industri kue basah) sebagai sarana promosi. Di harapkan dengan kegiatan pengabdian yang tim lakukan ini dapat menambah jumlah pelanggan/konsumen dari mitra kami (home industri kue basah).

Hendaknya dalam pendanaan yang diberikan dengan memberikan dana lebih besar dari saat ini, untuk pendanaan tahun mendatang sehingga pelaksanaan pengabdian masyarakat akan dapat lebih maksimal. Terutama membantu mitra untuk melakukan lebih maksimal dan mendalam. Untuk pihak mitra yang selalu berharap kepada tim DIPA pengabdian masyarakat Universitas Pahlawan sangat banyak sehingga kesiapan pihak tim I kekurangan dana untuk membantu berbagai peralatan/perlengkapan bagi mitra.

Mitra setelah mendapatkan materi pelatihan dan pendampingan dari tim DIPA pengabdian pada masyarakat sangat berharap adanya pendampingan kembali untuk melakukan pengembangannya produk lain kue basah. Mitra hendaknya melakukan / mencoba membuat kue tapi dari jenis lain kue.

Referensi :

- Agustina, W. (2009). Desain Kemasan dan Label Produk Makanan. *Kumpulan Modul Pelatihan. UPT B2PTTG-LIPI Subang*.
- Ahmad Jumarding, S. E., Manne, H. A. A., & Abdul Karim, S. E. (2021). *Desa wisata menunjang transformasi ekonomi nasional di kabupaten Enrekang*. Nas Media Pustaka.
- Ahmad, A. R. (2016). MENCIPTAKAN DESA MANDIRI KESEHATAN DI DESA SALUKANAN KECAMATAN BARAKA KABUPATEN ENREKANG. *Jurnal Balireso: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 1(1).
- Ahmad, A. R. (2023). Inventarisir Sumber Daya Alam Desa Sanrobone Kabupaten Takalar Sulsel Dalam Produksi Herbal Immune Booster. *Batoboh: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(1), 21-27.
- Ahmad, A. R., Handayani, S., & Handayani, V. (2024). *PIGMEN WARNA ALAMI PEMANFAATAN DALAM BIDANG FARMASI*. Nas Media Pustaka.
- Ahmad, A. R., Murfat, Z., & Handayani, V. (2024). Manisan MKS “Pendekatan Produksi dan Manajerial”. *Celebes Journal of Community Services*, 3(2), 188-194.
- Cenadi, C. S. (2000). Peranan desain kemasan dalam dunia pemasaran. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 2(2).
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 13(1), 8-16.
- Indrawati, F., Setiawan, L., & Karim, A. (2024). ANALISIS KARAKTERISTIK INDIVIDU, DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA ANGGOTA MELALUI MOTIVASI KERJA PADA KANTOR DITLANTAS POLDA SULAWESI BARAT. *Indonesian Journal of Business and Management*, 7(1), 27-34.
- Karim, A. (2024). *Pendidikan & Pendapatan Menurunkan Kemiskinan Rumah Tangga*. Nas Media Pustaka.
- Karim, A. (2025). *TRANSFORMASI DIGITAL DALAM MENUNJANG PERTUMBUHAN EKONOMI ERA SOCEITY 5.0*. Nas Media Pustaka.
- Karim, A., Desi, N., Azis, M., & Daga, R. (2022). Kemandirian BUMDes Upaya Meningkatkan Pades di Desa Pallatikang Kabupaten Jeneponto. *Celebes Journal of Community Services*, 1(1), 1-13.
- Karim, A., Faisal, F., Jumarpati, J., Lahabu, I., Alkadry, I., Paningaran, I., ... & Hidayat, Y. (2024). Debat Pilkada 2024 Antar Siswa SMA/SMK/MA se-Kabupaten Luwu Timur. *Celebes Journal of Community Services*, 3(2), 149-160.
- Karim, A., Ruslan, M., Chahyono, C., Yunus, M. K., & Ahmad, A. (2024). Fintech P2P Lending in Increasing People's Purchasing Power in South Sulawesi Province. *Journal The Winners*, 25(2).
- Maddatuang, B., Sabara, Z., Wekke, I. S., & Karim, A. (2020). Langkah Mewujudkan Insan Cita Pandangan Lintas Disiplin.
- Mane, A. A., Syarifuddin, S., Loli, H., Menne, F., Pannyiwi, R., Hasan, S., ... & Karim, A. (2022). Peran UMKM dalam Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Desa Kaloling. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 341-346.
- Pakabu, P., Remmang, H., & Karim, A. (2024). Analisis Rasio Pengukuran Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Bank Rakyat Indonesia Unit Perintis Cabang Tamalanrea Makassar. *Journal of Economy Business Development*, 2(3), 332-336.
- Rahayu, A. S., Mane, A., & Karim, A. (2024). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Keberlanjutan UMKM Kecamatan Balusu. *Journal of Economy Business Development*, 2(3), 271-276.

- Sani, A., Ahmad, A., Herison, R., Mane, A., Syamsuddin, I., & Karim, A. (2022). Wisata Desa Sapana dalam Peningkatan Ekonomi di Desa Bonto Salama Kabupaten Sinjai. *Celebes Journal of Community Services*, 1(1), 14-21.
- Saudah, S., Ambawani, S., Putranti, B. E., & Nurnawati, E. K. (2023). PENDAMPINGAN MENGENAL BAHASA SIMBOL/LOGO PADA KEMASAN PLASTIK MENUJU HIDUP SEHAT BAGI WARGADUSUN KALIJERUK II, WIDODOMARTANI, NGEMPLAK, SLEMAN. *Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat*, 4(4), 175-183.
- Sengaji, Z., & Wailmi, K. (2022). Tingkat Pendidikan Dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Usaha Kecil Mikro Di Masa Covid-19. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(2), 852-865.
- Sigalingging, C., Sigalingging, R., & Khairani, S. (2024). Penerapan Teknologi Pengemasan Menggunakan Mesin Vacuum Sealer Dan Continuous Band Sealer Pada Produk UMKM Ladang Bambu. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(5), 1071-1076.
- Tingginehe, R. M., Pt, S., & MSi, T. P. S. S. (2022). *Modul 1 Dasar-dasar Teknologi Pangan*. CV. AZKA PUSTAKA.