

**PENGEMASAN, PELABELAN DAN PEMASARAN DIGITAL PADA KELOMPOK KULINER  
PONDOKAN KELANA****Oleh**

Evita Sandra<sup>1</sup>, Deryanto<sup>2</sup>, Dhea Afriyani<sup>3</sup>, Dinny Sukma<sup>4</sup>, Firly Adistia<sup>5</sup>, Mario<sup>6</sup>, Mao Sheng<sup>7</sup>, Muhammat Azroy<sup>8</sup>, Muhammad Rafiq<sup>9</sup>, Septiana Yusnita Putri<sup>10</sup>, Sri Wahyuni<sup>11</sup>, Tri Joko Suseno<sup>12</sup>, Viana Nurwidi Ramadhani<sup>13</sup>

1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13 Program Studi Manajemen STIE Pembangunan Tanjungpinang

Email: [1evitasandra.es@gmail.com](mailto:evitasandra.es@gmail.com)

**Article History:**

Received: 17-06-2025

Revised: 08-07-2025

Accepted: 20-07-2025

**Keywords:**

Packaging, Labelling,  
Digital Marketing,  
Product, Promotion

**Abstract:** Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) are part of the important role in improving the country's economy. Along with the development of the increasing times, the quantity of the MSME sector also needs to be accompanied by improving the quality produced by increasing the competitiveness of products in the market, especially when viewed in terms of packaging, labelling and digital marketing. One of the micro businesses is the Kelana Pondok Culinary Group business which is located in the village of Penaga by producing lampam cakes. The problems faced by the Pondok Kelana Culinary Group business are that the packaging is still simple, unattractive product labels and product marketing that still covers certain areas and there is no product promotion. The purpose of this activity is to carry out packaging, labelling and digital marketing in the Pondok Kelana Culinary Group business to increase the selling value of the products it produces. The realisation of problem solving faced by the Pondok Kelana Culinary Group business is to create social media accounts, update product packaging and labels, and promote lampam cake products on social media. The problem solving method used is by conducting training, socialisation and mentoring so that the Pondok Kelana Culinary Group business is skilled and able to process, package, and market lampam cake products digitally. The results of this activity are in the form of updated packaging and product labels to be safer and more attractive, then the lampam cake business can be promoted on social media that has been created by the author for the Kelana Pondok Culinary Group business in order to increase lampam cake sales and attract buyer interest.

**PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi bagian yang ikut serta berperan penting dalam meningkatkan perekonomian negara. Meningkatnya kuantitas sektor UMKM juga perlu diiringi dengan peningkatan kualitas yang dihasilkan dengan cara meningkatkan daya saing produk dipasaran terutama jika ditinjau dari segi pengemasan, label dan



pemasaran secara digital. Pengemasan merupakan salah satu cara untuk melindungi atau mengawetkan produk pangan maupun non-pangan. Kemasan (*packaging*) adalah kegiatan-kegiatan yang bersifat umum dan perencanaan barang yang melibatkan penentuan bentuk atau desain pembuatan bungkus atau kemasan suatu barang. Jadi dapat dikatakan bahwa kemasan adalah suatu kegiatan merancang dan memproduksi bungkus suatu produk yang meliputi desain bungkus dan pembuatan bungkus produk tersebut. Label merupakan bagian dari kemasan secara keseluruhan dan harus dipertimbangkan pada tahap awal dalam proses desain kemasan. Label juga bisa mencantumkan merek atau dapat pula mencantumkan banyak informasi mengenai produk. Label pada dasarnya mempunyai beberapa fungsi yaitu mengidentifikasi produk dan merek, menentukan kelas produk dan menjelaskan produk, mempromosikan produk melalui gambar yang menarik. *Digital marketing* ialah suatu cara untuk mempromosikan produk/brand tertentu melalui media internet. Pengemasan, pelabelan dan *digital marketing* saat ini masih belum banyak diterapkan oleh usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) terutama pada UMKM yang dikelola perorangan atau kelompok ibu-ibu yang ada di perkotaan maupun di pedesaan.

Desa Penaga merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Teluk Bintan, Kabupaten Bintan, Provinsi Kepulauan Riau. Secara administratif, Desa Penaga ini berbatasan dengan desa-desa tetangga. Sebelah utara berbatasan dengan Desa Ekang Anculai. Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Pengujan. Sebelah timur berbatasan dengan Desa Bintan Buyu dan Kelurahan Tembeling Tanjung. Sedangkan, sebelah barat berbatasan dengan Desa Kuala Simpang. Desa Penaga ini terdiri dari 4 RW dan 9 RT dengan 3 dusun. Dusun 1 terdiri dari Kampung Segelap dan Kampung Banse. Dusun 2 terdiri dari Kampung Rekoh, Kampung Kemalai dan Kampung Belak. Sementara itu, dusun 3 terdiri dari Kampung Tanah Merah. Setelah melakukan proses observasi terhadap beberapa sampel UMKM yang ada di wilayah kampung Kemalai Dusun 2 dan kampung Tanah Merah Dusun 3, maka penulis tertarik kepada usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana sebagai objek pengabdian yang beralamat di Dusun 2 RT 008 RW 004 Desa Penaga, Kabupaten Bintan.

Penulis tertarik untuk menjadikan usaha ini sebagai objek pengabdian, dikarenakan usaha ini masih tergolong kecil. Kelompok Kuliner Pondokan Kelana merupakan suatu kelompok yang terdiri dari 10 anggota yang diketuai oleh Ibu Maryani, usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana berfokus pada kue khas melayu dan yang menjadi produk utamanya yaitu kue lampam. Beberapa kendala yang penulis temukan pada usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana yang dikelola oleh ibu-ibu kelompok tersebut salah satunya yaitu kemasan yang dipasarkan kurang menarik dan tidak cukup aman untuk produk kue lampam dan di khawatirkan mudah rusak. Lalu untuk pelabelan, pada produk kue lampam dari usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana ini tidak di deskripsikan informasi seperti komposisi dan manfaat mengenai produk kue lampam tersebut, hanya tertera nama produk saja. Selanjutnya permasalahan terakhir yang penulis temukan adalah kurangnya pemasaran produk kue lampam pada usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana secara digital, target penjualan usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana ini hanya bergantung pada masyarakat yang ada di Desa Penaga dan sekitarnya.

Dalam hal ini penulis ingin membantu usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana untuk mengembangkan usahanya dengan membuat label kemasan yang aman dan semenarik mungkin, serta membantu usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana dalam mempromosikan produk kue lampam melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram

guna meningkatkan nilai penjualan kue lampam serta meningkatkan pendapatan perekonomian khususnya perekonomian pada masyarakat Desa Penaga. Salah satu unsur penting dalam proses pemasaran produk adalah proses pengemasan atau biasa disebut dengan kemasan. Namun yang terpenting tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah melakukan pengemasan, pelabelan dan pemasaran digital usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana dengan mengembangkan usaha melalui kemasan yang menarik untuk meningkatkan nilai jual produk yang dihasilkannya. Sehingga produk kue lampam ini dapat bersaing dengan produk-produk sebelumnya yang sudah ada di pasaran untuk meningkatkan minat konsumen dalam membeli produk tersebut. Demikian pula, media sosial dapat digunakan untuk membantu usaha mikro, kecil dan menengah dalam memasarkan produknya.

Berdasarkan pemaparan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan pengabdian dengan judul penelitian “Pengemasan, Pelabelan dan Pemasaran Digital Pada Kelompok Kuliner Pondokan Kelana”.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Pengemasan**

Pengemasan (*packaging*) adalah hubungan antara bentuk, struktur, bahan, warna, gambar, teknik mengatur huruf atau teks dan informasi dengan elemen desain tambahan untuk membuat produk yang cocok untuk dipasarkan. Kemasan (*packaging*) diartikan sebagai kegiatan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk (Kadi, 2019). Sedangkan Menurut (Apriyanti, 2018) Kemasan adalah salah satu bidang dalam desain komunikasi visual yang mempunyai banyak tuntutan khusus karena fungsinya yang langsung berhadapan dengan konsumen, antara lain tuntutan teknis, kreatif, komunikatif dan pemasaran yang harus diwujudkan kedalam bahasa visual. jadi kemasan merupakan salah satu komponen penting yang menjadi aspek penentu diterima atau tidaknya suatu produk di pasaran. Oleh karenanya, kemasan harus memiliki desain yang *eyecatching* (mencolok) agar mampu menarik minat pembeli.

### **Pelabelan**

Menurut Marinus Angipora (2002: 192) dalam (Sandra et al., 2023) Label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya. Jadi, berdasarkan pengertian tersebut di atas 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. Adapun pengertian lain label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya (Irrubai, 2016).

### **Pemasaran Digital**

Pemasaran digital adalah suatu usaha untuk melakukan pemasaran sebuah *brand* atau produk melalui dunia digital atau internet (Wiranata et al., 2021) Digital marketing adalah media sosial, salah satunya Instagram. Instagram memiliki fitur Akun Bisnis yang memudahkan pelaku bisnis untuk membuat profil bisnis di Instagram dan mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan media sosial tersebut.

## **METODE**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian dalam permasalahan *packaging, labeling,*



dan *digital marketing* pada produk kue lampam usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana di Desa Penaga yaitu dengan metode pelatihan, sosialisasi dan pendampingan. Metode pelatihan dilaksanakan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan mitra dalam mengolah, mengemas kue lampam dalam kemasan berlabel serta memasarkannya secara digital. Kegiatan pelatihan ini penting dilakukan guna menambah pengetahuan untuk meningkatkan nilai tambah suatu produk melalui penerapan desain pada label kemasan, memperjelas identitas visual produk agar produk mudah dan cepat dikenali. Metode sosialisasi dan pendampingan dilakukan agar usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana terampil dan mampu mengolah, mengemas, dan memasarkan kue lampam secara digital.

Masalah yang ditemukan ialah bahwa kemasan pada usaha kue lampam yang di produksi kurang menarik dan kurang aman untuk dipasarkan dan dikhawatirkan mudah basi dan rusak. Serta label produk tidak mendeskripsikan produk dengan baik, lalu usaha kue lampam ini juga masih terkendala pada sasaran pembeli. Pemecahan masalah yang dilakukan penulis ialah merealisasikan beberapa program kerja agar dapat menyelesaikan permasalahan tersebut yaitu, mengganti kemasan plastik pada kue lampam menjadi kemasan *standing pouch* berukuran ±200gram, lalu menambahkan label untuk mendeskripsikan komposisi kue lampam tersebut agar dapat menambah pengetahuan konsumen terhadap produk, penulis juga mempromosikan kue lampam melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook. Realisasi pemecahan masalah dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan pada hari Jumat, 30 Oktober 2022 pukul 13.30 WIB yang berlokasi di rumah Ibu Maryani selaku ketua usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana yaitu dengan membantu Ibu Maryani dan anggota kelompoknya melakukan proses pembuatan kue lampam secara langsung sebagai produk utama yang akan dijual. Pada proses pembuatannya bahan-bahan yang digunakan adalah tepung terigu, gula pasir, gula merah, santan kelapa, daun pandan, soda kue. Langkah selanjutnya penulis membantu mengemas kue lampam tersebut dengan memasukkan produk kedalam kemasan yang baru, kemudian mendampingi anggota usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana untuk mempromosikan kue yang sudah diperbarui kemasan dan labelnya tersebut melalui media sosial yaitu Instagram dan Facebook dan diakhiri dengan pemberian kemasan dan label baru untuk usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana sebagai alat dalam membantu mempromosikan produknya serta menambah daya tarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Khalayak sasaran adalah objek dari sasaran kegiatan ini yang berhubungan langsung dengan program kerja penulis dan berdasarkan identifikasi permasalahan yang ditemukan, maka target yang dilibatkan dalam proses kegiatan ini adalah Ibu Maryani selaku ketua usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara geografis Desa Penaga merupakan Desa yang terletak diwilayah kecamatan Teluk Bintan dengan luas wilayah 4.300 Ha dan jumlah penduduk sebanyak 2.011 jiwa. Di dalam pemerintahan Desa dikepalai oleh Kepala Desa dibantu unsur kewilayahan Kepala Dusun I, II dan III.

Dalam melaksanakan kegiatan pengemasan, pelabelan dan pemasaran digital produk kue lampam usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana, penulis terlebih dahulu melakukan beberapa langkah persiapan dan berkoordinasi dengan Ibu Maryani selaku ketua usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan dukungan penuh

dari pihak bersangkutan dalam kegiatan pengemasan ini dan untuk memastikan kegiatan ini berjalan dengan lancar. Koordinasi dilakukan untuk membahas kapan dan di mana kegiatan pengemasan sebaiknya dilakukan.



Gambar 1. Peta Desa Penaga

Adapun rincian pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul “Pengemasan, Pelabelan, Pemasaran Digital Pada Kelompok Kuliner Pondokan Kelana” yaitu:

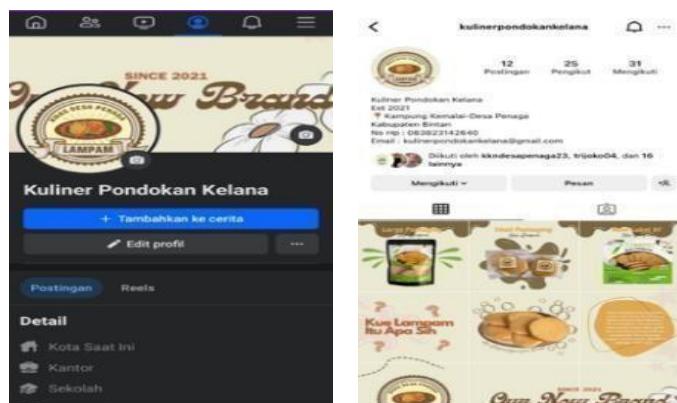
1. Persiapan dan survei, persiapan diawali dengan melakukan diskusi dengan ketua usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana. Kesimpulan diskusi yaitu perlu dilakukan pengemasan dan pelabelan ulang serta pendampingan pemasaran digital untuk para anggota usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana.
2. Pelaksanaan program, dilakukan dengan cara memperkenalkan kemasan dan label baru, termasuk penyempurnaan terhadap kemasan dan label sebelumnya agar lebih menarik para konsumen. Selain dilaksanakannya perkenalan kemasan dan label baru, penulis juga melakukan penyuluhan pemasaran digital berbasis *online* kepada usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana. Kegiatan penyuluhan pemasaran digital ini bersifat sederhana dengan melakukan pemasaran di media sosial (Facebook dan Instagram). Dalam kegiatan ini penulis melatih para ibu-ibu Kelompok Kuliner Pondokan Kelana dalam memasarkan produk, dimulai dari cara membuat konten yang menarik dan cara memposting konten tersebut. Dengan melatih ibu-ibu Kelompok Kuliner Pondokan Kelana diharapkan dapat meningkatkan penjualan kue lampam dan juga untuk menambah wawasan ibu-ibu Kelompok Kuliner Pondokan Kelana. Berikut dokumentasi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan.



**Gambar 2. Label dan kemasan produk kue lampam usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana sebelum di desain ulang**



**Gambar 3. Label dan kemasan produk kue lampam usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana setelah di desain ulang**



**Gambar 4. Media sosial Instagram dan Facebook yang telah dibuat oleh penulis untuk usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana**

3. Evaluasi, dalam tahap penyelesaian ini kami akan melaksanakan evaluasi terhadap



program yang hampir selesai dalam pelaksanaannya. Tahap penyelesaian ini diharapkan mampu menyelesaikan semua program dengan tingkat keberhasilan baik. Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui kemampuan anggota usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana dalam melakukan pemasaran digital, dengan hal tersebut kita memberikan evaluasi apabila terjadi kesalahan atau ketidak fahaman terhadap penggunaan *digital marketing*.

## SIMPULAN

Dari hasil kegiatan dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis pada Usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana di Desa Penaga dapat disimpulkan bahwa pemberian label dan kemasan serta kegiatan memasarkan produk (*Digital Marketing*) kue lampam pada media sosial Instagram dan Facebook sudah berjalan dengan baik. Dengan hal ini, tujuan dari pemberian label dan kemasan serta pemasaran produk secara digital diharapkan dapat memberikan dampak positif pada usaha tersebut yaitu salah satunya dengan meningkatkan minat beli konsumen dan menaikkan target penjualan pada Usaha Kuliner Pondokan Kelana lampam Pondokan Kelana.

## SARAN

Berikut ini saran dari penulis kepada Ibu Maryani selaku ketua Kelompok Kuliner Pondokan Kelana diharapkan agar terus belajar dalam memasarkan usaha kue lampam secara digital, khususnya mempromosikan produk menggunakan media sosial Instagram, dan Facebook serta menerima pesanan secara *online*. Karena dengan adanya promosi pada media sosial, usaha Kelompok Kuliner Pondokan Kelana tersebut dapat menjangkau konsumen secara lebih luas, lalu diharapkan agar secara konsisten mencetak dan menggunakan label terbaru yang sudah dibuat oleh penulis untuk kemasan kue lampam agar minat konsumen meningkat dalam membeli produk. Perlu adanya tindak lanjut dengan pelaksanaan pengabdian masyarakat kepada UMKM melalui sosialisasi dan aksi sosial yang diharapkan dapat terus berjalan agar semakin berkembang. Untuk masyarakat khususnya, diharapkan lebih kreatif dan inovatif untuk membuat suatu kemasan produk agar produk yang dihasilkan dapat menarik minat pembeli serta menambah nilai jual produk tersebut.

## REFERENSI

- [1] Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio E-Kons*, 10(1), 20. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>
- [2] Irrubai, M. L. (2016). Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga. *SOSIO-DIDAKTIKA: Social Science Education Journal*, 3(1), 15–30. <https://doi.org/10.15408/sd.v3i1.3794>
- [3] Kadi, D. C. A. (2019). LABELING, PACKAGING, DAN BRANDING SEBAGAI PENINGKATAN MINAT BELI KONSUMEN PADA UMKM SELAI SRIKAYA
- [4] JUMBO DESA PUPUS LEMBEYAN MAGETAN. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 105–111. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i1.2729>
- [5] Sandra, E., Hendri, A., Ayati, Z., & Octaviani, B. (2023). Packaging Labeling Dan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Ukm Gulajahe Desa Gunung Kijang. *Community Development*, 4(2), 4144–4148.
- [6] Wiranata, I. K. A., Agung, A. A. P., & Prayoga, I. M. S. (2021). Pengaruh Digital Marketing,



Quality Product dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti di Holland Bakery BatuBulan. *Jurnal EMAS*, 2(3), 133–146.