

# Optimalisasi Nilai Produk Melalui Manajemen Usaha, Kemasan, Dan Labeling Desa Burai

## (Optimization Of Product Value Through Business Management, Packaging, And Labeling In Burai Village)

Ahmad Maulana<sup>1</sup>, Nurkardina Novalia<sup>2\*</sup>, Aslamia Rosa<sup>3</sup>, Melisa Ariani Putri<sup>4</sup>

Universitas Sriwijaya, Palembang, Indonesia<sup>1,3,4</sup>

Universitas PGRI Palembang, Palembang, Indonesia<sup>2</sup>

[Maulana25@unsri.ac.id](mailto:Maulana25@unsri.ac.id)<sup>1\*</sup>, [nurkardina.novalia@gmail.com](mailto:nurkardina.novalia@gmail.com)<sup>2</sup>, [aslamiarosa@fe.unsri.ac.id](mailto:aslamiarosa@fe.unsri.ac.id)<sup>3</sup>, [melisaputri@fe.unsri.ac.id](mailto:melisaputri@fe.unsri.ac.id)<sup>4</sup>



### Riwayat Artikel:

Diterima pada 21 November 2024

Revisi 1 pada 29 November 2024

Revisi 2 pada 24 Februari 2025

Revisi 3 pada 19 Maret 2025

Disetujui pada 7 Agustus 2025

### Abstract

**Purpose:** This community service activity aims to improve the ability of MSME actors in Burai Village through training and coaching in the fields of production, business management, and the use of good packaging and labeling.

**Methodology/approach:** The approach used in implementing community service involves providing support to meet needs through assistance and education. The methods employed included lectures, demonstrations, and mentoring.

**Results/findings:** business management is not yet fully optimized, which limits the effectiveness of business operations. Additionally, products such as wet cakes and kemplang lack proper packaging, which could enhance their appeal. Furthermore, the absence of effective labeling has led to poor product recognition among consumers.

**Conclusions:** The conclusion drawn from the findings is that while the home industry has adequate facilities, it faces challenges in business management, packaging, and labeling, which hinder product appeal and recognition. Addressing these issues through training and support can enhance the development and growth of MSMEs in the home industry sector.

**Limitations:** While the home industry owners have adequate facilities and infrastructure, they remain underdeveloped in terms of business management, packaging, and labeling.

**Contribution:** This program aims to offer training and support to address issues related to management, packaging, and labeling, thereby enhancing MSMEs' capabilities to grow their businesses in the home industry sector. This activity is supported by Sriwijaya University's community service grant as a practical demonstration of community engagement.

**Keywords:** Business Management, MSMEs, Packaging, Product Labeling, Value Optimization.

**How to Cite:** Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 6(2), 385-395.

## 1. Pendahuluan

Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi, terutama di wilayah pedesaan (Achmad et al. 2023). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang sekitar 60,5% terhadap PDB Indonesia dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional, menunjukkan perannya yang krusial dalam perekonomian. Home industri sebagai bagian dari UMKM memiliki kontribusi besar dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta mengembangkan potensi ekonomi local (Novalia et al., 2024). Keberadaan home industri tidak hanya membantu menggerakkan roda perekonomian desa, tetapi juga

menjadi solusi bagi masyarakat dalam menghadapi keterbatasan lapangan kerja di sektor formal. Di Indonesia, lebih dari 64 juta unit usaha termasuk dalam kategori UMKM, dengan banyak di antaranya berbasis home industri yang memanfaatkan bahan baku lokal. Home industri sebagai bagian dari UMKM memiliki kontribusi besar dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta mengembangkan potensi ekonomi local (Siregar et al., 2024; Zahra et al., 2025; Indrawati, 2019). Dengan pemanfaatan bahan baku lokal dan inovasi produk, home industri mampu menghasilkan berbagai produk bernilai ekonomi tinggi yang dapat bersaing di pasar yang lebih luas. Namun, di sisi lain, tantangan seperti keterbatasan modal, akses pasar, dan kurangnya pemahaman tentang strategi bisnis sering kali menjadi kendala dalam pengembangan usaha ini (Habib & Sutopo, 2024; Vera Maria et al., 2024).

Mitra pada program pengabdian masyarakat ini adalah para pemilik home industri di Desa Burai Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan yang telah mendirikan usaha ini sudah kurang lebih 1 tahun, dimana pada saat mendirikan usahanya pertama kali yaitu masih sangat minim dan saat ini sudah berkembang usahanya dengan berbagai jenis produk yang selama ini sangat menjanjikan bagi yang menggelutinya. Pangsa pasar yang seperti ini akan banyak menguntungkan para pebisnis dan bagi yang baru akan menggelutinya.

Sistem yang mengatur Manajemen Usaha dan Kemasan serta *Labelling* agar usaha benar-benar berjalan lancar dan sesuai dengan mekanisme yang diinginkan maka manajemen usaha, maupun pemasarannya. Memudah di dalam menerapkannya manajemen usaha sehingga berjalan lancar, rapi dan sukses meskipun usaha tersebut semula kecil (Najib et al. 2022; Khairudin YM, 2023). Memperbanyak variasi bentuk dan jenis yang diproduksi sehingga konsumen akan memiliki banyak pilihan. Sedangkan model kemasan diusahakan serapi, sebersih dan semenarik mungkin. Kemasan juga sangat mempengaruhi minat konsumen karena penampilan produk yang menarik dan higienis (Agustina, 2020). Contoh bentuk-bentuk kemasan untuk kue basah atau kering, mahal atau murah, pengusaha harus pandai mengemasnya dan sekaligus mengenalkan produk yang dipasarkan melalui *labelling* dan manajemen. Manajemen usaha merupakan pengetahuan fundamental yang perlu dikuasai oleh setiap pengusaha sebelum memulai bisnis. Manajemen itu sendiri merujuk pada serangkaian kegiatan seperti perencanaan, pengorganisasian, koordinasi, dan pengendalian sumber daya guna mencapai tujuan dan target dengan cara yang efektif dan efisien (Kusumawati et al., 2022).

Kue dan Kemplang serta 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 dan makanan tradisional telah mendapat tempat di hati masyarakat Indonesia. Dalam analisa usaha ini akan membahas mengenai kue tradisional yaitu kue basah dan Kemplang. 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 *labelling* yang menarik juga sehingga produk yang kami miliki mampu bersaing dan laku dipasaran (Achmad et al., 2023; Wadud & Fitriani, 2021). Usaha kue basah dan Kemplang serta Makanan Tradisional asli daerah yang sudah memiliki pelanggan tetap, maka akan menambah pemasarannya dengan membuat kemasan dan *labelling* yang menarik untuk mencari pasar dan bahkan agen yang mau menjualnya (Wisnuaji et al., 2023; Latumeten, 2023), sehingga akan ada banyak yang membantu untuk mengembangkan usaha kue basah dan Kemplang serta makanan tradisional ini.

Fasilitas atau sarana dan prasarana yang dimiliki oleh para pemilik *Home Industry* Kue Basah dan Kemplang serta Makanan tradisional cukup memadai untuk dikembangkan lagi, hanya sarana dan prasarana untuk manajemen usaha, membuat kemasan dan *labelling* yang belum tersentuh untuk dikembangkan. Oleh karena itu perlu adanya pendampingan dan pelatihan dalam hal tersebut diatas melalui dana hibah pengabdian Universitas Sriwijaya sebagai bentuk pengabdian masyarakat. Pelatihan dan pendampingan merupakan alternative solusi dalam peningkatan sumber daya manusia (Sinta et al., 2023; Marlim et al., 2024).

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendukung misi Desa Burai dalam mewujudkan pemerintahan yang tertib administrasi dan transparan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menciptakan pemerataan pembangunan, dan mengembangkan sistem perekonomian yang sejahtera. Sasaran dari misi ini meliputi pemberdayaan pelaku pemerintahan desa, peningkatan kesejahteraan masyarakat, mendorong kreativitas kelompok ekonomi, serta partisipasi aktif masyarakat dalam perencanaan pembangunan. Sebagai langkah awal, lima unit UMKM menjadi target utama pengabdian, yaitu Tenun Songket, Penjahit, Usaha Kue Kering, Usaha Kemplang, dan Perikanan. Namun, beberapa permasalahan dihadapi mitra UMKM, terutama dalam bidang produksi dan manajemen usaha. Di bidang produksi, kemasan yang digunakan masih kurang memadai, seperti tidak kedap udara sehingga produk kue basah dan kemplang mudah rusak, berbau, atau melempem, ditambah dengan labelling yang kurang menarik dan informatif. Di bidang manajemen, pelaku usaha belum menerapkan sistem sederhana seperti pencatatan pemasukan dan pengeluaran, penggunaan kuitansi, serta pencatatan jumlah produk yang terjual, sehingga pengelolaan usaha menjadi kurang efektif. Untuk itu, melalui program ini, tim pengabdian Universitas Sriwijaya akan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan manajemen usaha, serta pembuatan kemasan dan labelling yang lebih baik, guna membantu UMKM meningkatkan daya saing dan kualitas usaha mereka.

Pengabdian ini sejalan dengan berbagai kegiatan pengabdian sebelumnya yang berfokus pada penguatan UMKM melalui peningkatan kualitas produk, kemasan, dan strategi pemasaran. Kegiatan pelatihan di Prapaglor dan Kalijambe menunjukkan bahwa pengolahan produk lokal dan desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya jual dan citra usaha. Inovasi digital marketing dan branding seperti yang diterapkan pada UMKM "Gom-Gom Snack" membuktikan pentingnya kemasan yang informatif serta promosi digital untuk menjangkau pasar lebih luas (Hutajulu et al., 2024; Muafidah et al., 2024). Di sisi lain, penguatan literasi keuangan dan keterampilan usaha yang dilakukan pada Kelompok Melati menegaskan pentingnya manajemen usaha dalam mendukung pengembangan produk. Dukungan terhadap UMKM di Ciwaruga melalui pelatihan desain kemasan juga memperkuat urgensi akan pentingnya kemasan dalam meningkatkan daya saing (Marlim et al., 2024; Najib et al., 2022; Rinawati et al., 2025). Oleh karena itu pengabdian ini memperluas kontribusi dengan memadukan manajemen usaha, kemasan, dan labeling produk sebagai satu kesatuan strategi dalam optimalisasi nilai produk UMKM secara menyeluruh.

## 2. Metodologi

Khalayak sasaran dalam kegiatan pengabdian ini adalah para pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Desa Burai sebanyak 30 pelaku usaha. Sebelum mengikuti kegiatan pelatihan Manajemen Usaha, Kemasan, dan Labeling Produk, sebagian besar peserta di Desa Burai masih menjalankan usaha mereka secara konvensional dengan keterbatasan pengetahuan manajerial dan teknik pemasaran modern. Usaha yang mereka kelola sebagian besar berskala mikro dan berbasis rumah tangga, seperti pengolahan makanan tradisional, kerajinan tangan, dan produk pertanian olahan. Dalam aspek manajemen usaha, peserta cenderung belum memiliki pencatatan keuangan yang terstruktur, perencanaan produksi yang matang, serta strategi pemasaran yang terarah. Hal ini menyebabkan perkembangan usaha menjadi lambat dan tidak berorientasi pada pertumbuhan jangka panjang. Dari sisi kemasan, produk-produk lokal yang dihasilkan umumnya dikemas secara sederhana dengan bahan seadanya, tanpa mempertimbangkan aspek daya tarik visual, keamanan pangan, atau keberlanjutan. Banyak produk masih dikemas dalam plastik bening polos tanpa informasi produk yang jelas. Kondisi ini menyebabkan nilai jual produk menjadi rendah dan kurang kompetitif di pasar yang lebih luas. Labeling produk pun masih menjadi aspek yang luput dari perhatian. Sebagian besar produk belum memiliki label yang mencantumkan informasi penting seperti nama produk, komposisi, tanggal kedaluwarsa, izin edar, maupun informasi produsen. Hal ini membuat produk sulit menembus pasar formal, seperti toko oleh-oleh, swalayan, atau pasar digital.

Pemberdayaan untuk pemenuhan kebutuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dilaksanakan tanpa adanya biaya sebagai wujud pelaksanaan pengabdian masyarakat, tim dosen, dan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Metode yang digunakan sebagai pendekatan pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah pelayanan dan pendampingan pemenuhan kebutuhan melalui bantuan

jasa dan edukasi (Saragih et al., 2024). Berdasarkan Analisis kebutuhan UMKM maka metode yang kita lakukan yaitu (Maulana et al., 2022):

1. Ceramah

Dalam pelatihan Manajemen Usaha, Kemasan, dan Labeling Produk di Desa Burai, metode ceramah digunakan di awal sebagai cara efektif untuk menyampaikan pemahaman dasar secara merata kepada peserta yang memiliki latar belakang berbeda. Materi yang disampaikan mencakup manajemen usaha kecil, pentingnya kemasan sebagai pelindung dan alat pemasaran, serta fungsi label dalam legalitas dan daya saing produk. Setelah sesi ceramah, pelatihan dilanjutkan dengan tanya jawab, diskusi kelompok, dan praktik langsung untuk memperdalam pemahaman dan penerapan materi secara nyata.

2. Demonstrasi

Metode ini digunakan untuk memperagakan suatu proses kerja, memudahkan peserta dalam memahami materi. Tim pengabdian berperan sebagai narasumber yang mempraktekkan dan menunjukkan pelatihan serta pendampingan dalam pemenuhan kebutuhan UMKM di bidang manajemen usaha, kemasan, dan labelling guna meningkatkan pendapatan UMKM.

3. Pendampingan

Pendampingan dilakukan selama kegiatan berlangsung untuk memantau perkembangan UMKM yang terlibat. Hasil pengamatan ini digunakan untuk memberikan pembelajaran dan meningkatkan kinerja UMKM di masa depan. Salah satu strategi pendampingan adalah dengan mengidentifikasi kebutuhan pelaku UMKM di Desa Burai, terutama terkait dengan kemasan sebagai bagian dari strategi peningkatan pendapatan yang dapat membantu mereka berkembang.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian pada masyarakat yang berjudul “Optimalisasi Value Produk Melalui Manajemen Usaha, Kemasan, dan Labeling Produk Desa Burai, Kabupaten Ogan Ilir, Sumatera Selatan” Dalam Meningkatkan Pendapatan Bagi UMKM di Desa Burai Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir, pada bulan Agustus, September dan Oktober 2024 pada pukul 09.00 WIB sampai selesai. Sesi pertama adalah paparan dan penyampaian materi. Materi diberikan oleh tim pengabdian dari Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Paparan dilakukan secara manual dengan penjelasan metode ceramah. Selain itu, dibagikan fotocopy materi yang disampaikan oleh Narasumber serta memberikan kesempatan kepada peserta untuk bertanya mengenai materi yang diberikan tersebut.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan di Desa Burai

Peserta yang hadir merupakan Pelaku UMKM di Desa Burai sangat antusias dilihat dari jumlah peserta yang hadir sesuai target sebanyak 30 pelaku usaha mikro kecil dan punya minat yang cukup tinggi dalam mengikuti kegiatan ini. Manfaat tersebut dapat dirasakan secara individu untuk menambah



keterampilan membaca dan wawasan ilmu pengetahuan tentang bagaimana melakukan manajemen usaha dan pembuatan *labelling* produk itu. Sesi selanjutnya adalah sesi tanya jawab dan diskusi. Kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kemampuan para peserta dalam memahami materi yang telah diberikan ke beberapa ibu rumah tangga dan pemuda pemudi memberikan tanggapan dan pertanyaan berkaitan dengan manajemen usaha ini. Selain itu, tim pengabdian juga menyebarkan angket untuk melihat sejauhmana pengetahuan mereka tentang tindak lanjut pelatihan melakukan manajemen usaha dan pembuatan *labelling* produk, setelah dilakukan penyuluhan dan diskusi.

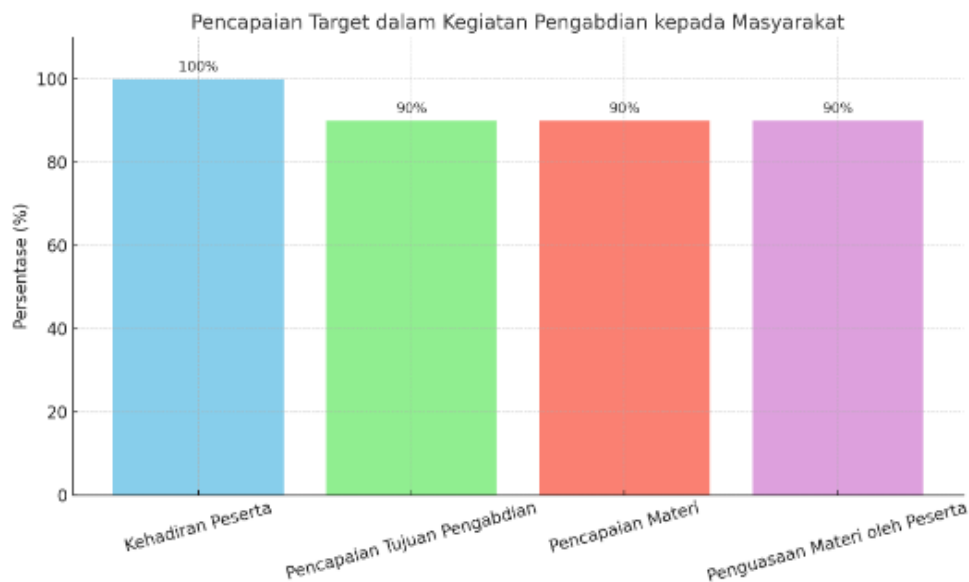


Gambar 2. Sesi Penyampaian Materi dan diskusi antara peserta dengan tim pengabdian

Pelaksanaan pengabdian memiliki Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pelaksanaan pengabdian, yaitu: 1. Faktor Pendukung meliputi a). Kepala Desa Burai yang mendukung pelaksanaan kegiatan pelatihan., b). Warga Desa Burai turut membantu kelancaran dan kesuksesan pelaksanaan kegiatan pengabdian, c). Antusiasme warga sebagai peserta pengebadian dan pelatihan. (d). Adanya pendampingan yang dilakukan Tim pengabdian kepada pelaku UMKM yang ada di Desa Burai ini. Terdapat 2 Faktor Penghambat a). Keterbatasan waktu pelaksanaan pelatihan, b). Jarak dan waktu yang terbatas dalam melakukan pembinaan dan pendampingan lebih lanjut sampai dengan pelaku UMKM desa Burai dapat memahami dan menjalankan apa yang didapat dari pelatihan tersebut sehingga pelaku UMKM Desa Burai dapat dikatakan Naik Kelas dengan adanya bertambahnya pengetahuan yang didapat dari pelatihan ini.

Setiap kegiatan yang dilakukan tentunya diharapkan memberikan manfaat, demikian pula dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kreativitas masyarakat melalui pemanfaatan ilmu yang diperoleh selama pelatihan. Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Desa Burai memberikan dampak positif, khususnya bagi masyarakat dan pelaku UMKM setempat. Materi pelatihan yang diberikan mampu menambah pengetahuan peserta tentang optimalisasi nilai produk melalui manajemen usaha, kemasan, dan pelabelan produk home industry. Selain itu, kegiatan ini juga mendorong tumbuhnya minat dan semangat berwirausaha, terutama dengan adanya kemudahan dalam proses pengemasan dan pelabelan produk UMKM. Dampak (*impact*) dari kegiatan ini adalah masyarakat dan pelaku UMKM mempunyai pengetahuan dan wawasan untuk memafaatkan Optimalisasi *Product Value* melalui Manajemen Usaha, Kemasan dan *Labelling Product Home Industry* Bagi UMKM di Desa Burai Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir karena untuk menambah pengetahuan dan penghasilan bagi masyarakat dan pelaku UMKM di Desa Burai ini.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian di Desa Burai secara keseluruhan dinilai baik dan berhasil dilihat dari target dan realisasinya.



Gambar 3. Tingkat Pencapaian Target Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Burai

Dilihat dari target jumlah peserta pelatihan hadir 100 persen, target tujuan pengabdian yang ingin dicapai sebesar 90 persen, pencapaian target materi yang telah diberikan sebesar 90 persen dan pencapaian kemampuan peserta dalam penguasaan materi sebesar 90 persen. Sesi terakhir adalah penutup kegiatan pengabdian oleh Kepala Desa dan Doa bersama. Semoga kegiatan pengabdian dapat memberikan manfaat secara berkesinambungan bagi pelaku UMKM Desa Burai khususnya bagi masyarakat yang mampu memanfaatkan waktu luang untuk berwirausaha. Selanjutnya menutup semua acara kegiatan pengabdian dilakukan foto bersama.



Gambar 4. Foto Peserta Pengabdian Fakultas Ekonomi Unsri

Kegiatan Pendampingan dilakukan pada tanggal 15 September 2024, Tim pelatihan mendatangi pelaku UMKM yang ada di Desa Burai untuk mengetahui sejauhmana perubahan yang dilakukan pelaku UMKM tersebut setelah dilakukan pelatihan oleh Tim pengabdian dari Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Tim pengabdian lebih memperhatikan kekurangan yang dilakukan dalam Optimalisasi *Product Value* melalui Manajemen Usaha, Kemasan dan *Labelling Product Home Industry* Bagi UMKM di Desa Burai Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir ini. Minimnya modal usaha yang mereka miliki, efeknya, para UMKM tidak mampu meningkatkan jumlah produksinya untuk bisa mendapatkan keuntungan yang lebih banyak. Ide bisnis baru untuk tujuan ekspansipun sering kali harus ditinggalkan terlebih dahulu karena masalah ini.

Permasalahan ini sebenarnya merupakan permasalahan yang sangatlah klasik. Mereka kerap kali kesulitan dalam hal melakukan manajemen usaha dan *labelling* produk. Cara mengatasi: salah satu cara untuk mengatasinya adalah mereka menjual produk mereka hanya menunggu dari pengunjung yang datang ketempat mereka. Kurangnya pengalaman masyarakat dan pelaku UMKM di Desa Burai tentang Optimalisasi *Product Value* melalui Manajemen Usaha, Kemasan dan *Labelling Product Home Industry* Bagi UMKM di Desa Burai Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir. Banyak dari UMKM tersebut hanya fokus dalam memproduksi barang dan memasarkan barang, namun tidak memikirkan cara memperkuat produk dan ekspansi bisnisnya. Efeknya, mereka menjadi kesulitan dalam meningkatkan bisnisnya dan usahanyapun hanya jalan ditempat. Solusi yang Tim Pengabdian berikan dalam mengatasinya yaitu dengan meningkatkan pengetahuan terkait perkembangan strategi bisnis terbaru dengan rajin-rajin membaca dan belajar. disarankan juga untuk ikut bergabung dengan berbagai komunikasi bisnis yang mampu mempertemukan pelaku UMKM dengan berbagai praktisi bisnis lain. Sehingga, Anda bisa saling berbagi pengalaman terkait pengetahuan, pengalaman, dan wawasan.

Saat ini, jumlah produk UMKM di Desa Burai yang bisa menembus di kancan kecamatan dan kabupaten kota masih sangat minim. Salah satu penyebabnya sulitnya produk UMKM bersaing di tingkat kabupaten adalah rendahnya daya saing produk mereka. Terlebih lagi, jika ada hubungannya dengan harga yang sudah ditawarkan dan kualitas produk UMKM di Kabupaten atau provinsi juga bisa dibilang tidak begitu jauh dari kualitas Nasional maupun Internasional. Solusi yang Tim pengabdian tawarkan adalah dengan meningkatkan daya saing produk dengan melalui Optimalisasi *Product Value* melalui Manajemen Usaha, Kemasan dan *Labelling Product Home Industry* Bagi UMKM di Desa Burai Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir. Para pelaku UMKM sebaiknya harus bisa lebih kreatif dan inovatif dalam memproduksi produk barangnya. Agar produk Anda bisa dilihat banyak konsumen maka Anda harus bisa menawarkan produk Anda secara lebih inovatif lagi dengan cara menerapkan berbagai formula bisnis atau cara produksi yang berbeda. Selain itu, pelaku UMKM harus mampu membuka diri lebih jauh lagi dan bisa bergabung dengan berbagai pelatihan yang biasa diselenggarakan oleh berbagai instansi. Disisi lain, pelaku UMKM juga harus mampu lebih aktif dalam menganalisa berbagai produk kompetitor yang sesuai dengan produk sejenis. Kenapa? Karena hal ini sangat penting untuk bisa menganalisa harga, tren bisnis dan ide inovatif serta tetap memperhatikan perubahan-perubahan yang terkait Manajemen Usaha.

Pendistribusian barang selama ini, kebanyakan pelaku UMKM selalu kekurangan *channel* dalam hal mendistribusikan produknya. Kebanyakan dari pelaku UMKM hanya fokus dalam hal mendistribusikan barang pada beberapa konsumen di daerah sekitar desa, menunggu konsumen yang datang dan pengepul yang memang hanya dikenalnya saja. Cara ini tentunya masih sangat sederhana dan tingkat jangkauannya pun belum luas. Cara mudah dalam mengatasinya adalah dengan aktif bergabung di berbagai pameran produk yang diselenggarakan berbagai instansi pemerintah dan swasta serta media sosial untuk memperluas jaringan dan menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, mencoba untuk bisa lebih fokus lagi dalam melakukan kerjasama dengan berbagai merchant atau outlet yang mampu membantu mempromosikan produk UMKM Desa Burai yang dikenal sebagai desa wisata.



Gambar 5. Pendampingan yang dilakukan TIM Pengabdian setelah Pelatihan

Selanjutnya dilakukan pendampingan tahap 2 pada tanggal 15 Oktober 2024 yang dilakukan oleh Tim Pengabdian untuk mengetahui sejauh mana dampak perubahan terhadap masyarakat dan pelaku UMKM setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan. Tim pengabdian lebih memperhatikan sulitnya dalam mengatur *Labelling* untuk bisnis UMKM. Salah satu faktor yang menimbulkan kurangnya sinyal yang kuat atau maksimal di Desa Burai ini. Selain itu, Pelaku UMKM di Desa Burai sering mengabaikan permasalahan Optimalisasi *Product Value* karena banyak dari pelaku UMKM tersebut yang menyadari akan pentingnya *labelling* untuk produk dan bisnisnya. Sehingga, kebanyakan dari mereka hanya fokus berjualan saja tanpa memikirkan nilai produknya, cara mengatasinya adalah dengan memberikan masukan kepada Masyarakat dan pelaku UMKM untuk pentingnya memiliki legalitas usah agar bisa meningkatkan kepercayaan konsumen dan menambah penghasilan. Masyarakat dan pelaku UMKM di Desa Burai di ajarkan mengenai bagaimana melakukan analisa SWOT (*Strengths, Weaknesses Opportunities, Threats*) pada produk hasil olahan UMKM. Analisis yang dilakukan yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang bisa ditimbulkan atas produk UMKM tersebut. Selanjutnya, menemukan suatu hal yang paling membedakan produk UMKM dengan produk kompetitor sejenis maka mencoba agar lebih konsisten dalam melakukan perbedaan secara signifikan berupa kekhasan produk UMKM asal Desa Burai sebagai salah satu Kapabilitas Istimewa, sehingga kualitas brand UMKM Desa Burai nantinya akan bisa terlihat berbeda di mata konsumen.

Beberapa dari UMKM mungkin ada yang memang sudah memasarkan produknya melalui berbagai media digital, seperti media sosial, *marketplace*, Website, Email, forum, dll, namun, dalam prakteknya masih jauh dari kata maksimal, akibatnya, hasil dari apa yang mereka dapatkan pun menjadi kurang maksimal. Solusi yang ditawarkan adalah lebih aktif dalam melakukan pemasaran secara digital (Amiroh et al., 2022; Kamil et al., 2022). Hal utama yang harus dilakukan adalah dengan memilih saluran media digital yang tepat, lalu lebih fokus lagi dalam memasarkan saluran tersebut, dan mengoptimalkannya. Setelah pelaku UMKM bisa fokus pada satu saluran tersebut, selanjutnya pelaku UMKM bisa memaksimalkan saluran yang lain, sehingga penjualan produknya bisa lebih meningkat, namun, sebagai permulaan, sebaiknya fokus memasarkan disatu saluran saja. Lalu, lakukan optimasi secara berkala agar pemasaran di saluran tersebut menghasilkan peningkatan konversi. Pelaku UMKM juga bisa memberikan peluang berupa *dropshipper* atau *reseller* untuk masyarakat luas. Semakin banyak orang yang memasarkan produk Anda, maka peluang dalam meningkatkan penjualan pun akan semakin besar (Maulana et al., 2022).

Salah satu Strategi Pemasaran yaitu menjaga loyalitas pelanggan, semakin sering pelaku UMKM melakukan program ini, maka loyalitas para pelanggan UMKM pun akan semakin kuat, sehingga, nantinya pelanggan akan lebih sering dalam melakukan *repeat order*, bahkan kemungkinan dari pelanggan juga akan sukarela menawarkan produk UMKM pada teman-temannya (Awaluddin et al., 2023). Cara mengatasi masalah ini adalah dengan memikirkan ide terbaik tentang bagaimana cara melakukan agar konsumen tersebut loyal terhadap produk UMKM ini. Pelaku UMKM bisa memulainya dengan cara melakukan *giveaway*, *cashback*, gratis ongkir, promo, dll. Oleh sebab itu perlunya pelaku



UMKM melakukan Optimalisasi *Product Value* melalui Manajemen Usaha, Kemasan dan *Labelling Product Home Industry* sehingga konsumen dapat mengetahui produk yang akan dibeli.



Gambar 6. Pendampingan yang dilakukan Tim Pengabdian setelah pelatihan

Gambar 6 menunjukkan kegiatan pendampingan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian kepada para pelaku home industri setelah sesi pelatihan. Dalam kegiatan ini, tim memberikan bimbingan langsung terkait implementasi materi yang telah disampaikan sebelumnya, seperti teknik produksi yang lebih efisien, strategi pemasaran digital, serta manajemen usaha yang lebih baik. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan bahwa para peserta dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh secara optimal dalam menjalankan usahanya. Tim Pengabdian juga memberikan solusi terhadap kendala yang dihadapi oleh mitra dalam proses produksi maupun pemasaran. Selain itu, kegiatan ini menjadi kesempatan bagi pelaku usaha untuk berdiskusi dan mendapatkan masukan yang lebih spesifik sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka. Dengan adanya pendampingan setelah pelatihan, diharapkan para pelaku home industri dapat lebih percaya diri dalam mengembangkan usaha mereka, meningkatkan kualitas produk, serta memperluas jangkauan pasar agar lebih kompetitif dan berkelanjutan.

#### 4. Kesimpulan

Melalui pendampingan manajemen usaha, pelaku UMKM di Desa Burai berhasil menerapkan prosedur produksi yang lebih terstruktur: perencanaan bahan baku, pengendalian waktu proses, dan pencatatan hasil produksi. Hasilnya, produktivitas naik rata-rata 20–30% dan tingkat kerusakan produk menurun. Desain ulang kemasan memperhatikan aspek visual (branding), fungsi (lapisan pelindung), dan kemudahan distribusi. Kemasan baru meningkatkan daya tarik konsumen, terbukti dari peningkatan penjualan di pasar lokal dan reaksi positif pada uji pasar online.

Penerapan label yang memuat informasi lengkap (komposisi, tanggal kadaluarsa, cara penyimpanan, dan kode produksi) meningkatkan kepercayaan konsumen serta memudahkan pelacakan produk jika terjadi kendala. Label juga sudah sesuai SNI/kebijakan BPOM sederhana, membuka peluang akses pasar yang lebih luas. Pelatihan manajemen usaha dan workshop teknis packaging/labeling membekali peserta dengan keterampilan baru: penggunaan perangkat lunak sederhana untuk pencatatan, teknik desain label digital, dan tata kelola stok. Tingkat kepuasan peserta mencapai >90%, dan 85% peserta melaporkan mampu menerapkan ilmu tersebut secara mandiri.

Secara keseluruhan, program pengabdian ini berhasil mengatasi permasalahan utama di bidang produksi dan manajemen usaha, meningkatkan kualitas dan nilai jual produk Desa Burai, serta memberdayakan pelaku UMKM agar lebih mandiri dan kompetitif. Ke depan disarankan untuk kolaborasi dengan Pemerintah dan Swasta untuk mengupayakan kemitraan untuk akses pembiayaan mikro, pelatihan lanjutan, dan sertifikasi produk.

## Limitasi dan studi lanjutan

Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh pemilik industri rumahan cukup memadai, namun masih kurang berkembang dalam hal manajemen usaha, pengemasan, dan pelabelan.

## Ucapan terima kasih

Tim kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada LPPKM Universitas Sriwijaya, Tim PKM Program Manajemen Fakultas Ekonomi, kepala desa, perangkat desa, para pelaku UMKM, dan seluruh warga Desa Burai Kabupaten Ogan Ilir.

## Referensi

- Achmad, G. N., Yulianti, S. D., Sharaha, M., Priandana, M. A., Khatimah, N., Hidayat, A. N., M., N. J., Handayani, Y. T., Aditya, D. F., & Dary, R. W. (2023). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Rangka Pertumbuhan Ekonomi Di Desa Sekitar Ibu Kota Nusantara. *JURNAL RISET PEMBANGUNAN*, 6(1), 51–65. <https://doi.org/10.36087/jrp.v6i1.181>
- Agustina, W. (2020). *Desain Kemasan dan Label Produk Makanan* (Kumpulan M). UPT B2PTTG-LIPI.
- Amiroh, I., Rahayu, D. R., Winarno, A., & Hermawan, A. (2022). Digitalisasi Pemasaran Serta Pendampingan Manajemen Usaha Pada Umkm Angkringan Kms Di Tumpang Kabupaten Malang. *Jurnal Pemantik*, 1(2), 154–168. <https://doi.org/10.56587/pemantik.v1i2.50>
- Awaluddin, S. P., Nurani, N., Awaluddin, A., Muntasir, M., & Awaluddin, N. (2023). Pelatihan, Produksi, Pemasaran Dodol Jagung Khas Paitana bagi Remaja dan Ibu Rumah Tangga di Jeneponto. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 93–102. <https://doi.org/10.35912/yumary.v4i1.2466>
- Habib, M. A. F., & Sutopo, S. (2024). Pembinaan Umkm Dalam Aspek Komunikasi Pemasaran Sebagai Wujud Pemberdayaan Perempuan Di Sekitar Kawasan Wisata Pantai. *Journal of Islamic Tourism Halal Food Islamic Traveling and Creative Economy*, 4(1), 85–100. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v4i1.9640>
- Hutajulu, D. S., Ingepuri, P., Musnaini, M., Octavia, A., Masriani, I., & Utama, A. N. B. (2024). Optimalisasi Pengembangan Kemasan Dan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Branding “Gom-Gom Snack.” *EJOIN: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(6), 913–921. <https://doi.org/10.55681/ejoin.v2i6.2901>
- Indrawati, S. (2019). Perlindungan Hukum Merek Pada Produk Usaha Kecil di Kabupaten Kebumen. *Amnesti: Jurnal Hukum*, 1(1), 29–35. <https://doi.org/10.37729/amnesti.v1i1.180>
- Kamil, I., Bakri, A. A., Salingkat, S., Ardenny, A., Tahirs, J. P., & Alfiana, A. (2022). Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform E-Commerce. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(2), 517–526. <https://doi.org/10.37680/amalee.v3i2.2782>
- Khairudin YM, A. F. (2023). Manajemen Usaha Dan Pembuatan Kemasan Serta Labeling Home Industri Kue Basah Pada Usaha Kelompok Desa Pematang Serai Kec. Tanjung Pura Kabupaten Langkat. *Center of Knowledge: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 48–56. <https://doi.org/10.51178/cok.v3i2.1525>
- Kusumawati, D. A., Arizqi, A., & Permatasari, D. (2022). Pengembangan Usaha Ekonomi Produktif dan Manajemen Usaha pada Kelompok Dasawisma Kelurahan Krobokan Semarang. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 23–31. <https://doi.org/10.35912/yumary.v3i1.1384>
- Latumeten, A. A. T. (2023). Pelatihan Desain Kemasan Dan Pemasaran Online Untuk Umkm Di Kelurahan Argosari, Kutai Kertanegara. *Jurnal Abdimas Gorontalo (JAG)*, 6(1), 7–13. <https://doi.org/10.30869/jag.v6i1.1116>
- Marlim, Y. N., Susanti, W., & Wijaya, E. (2024). Optimalisasi Komersial Produk Olahan Rumah Tangga Kelompok Usaha Wanita Melati Untuk Meningkatkan Perekonomian. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(3), 1032–1044. <https://doi.org/10.31571/gervasi.v8i3.7974>
- Maulana, A., Novalia, N., Rosa, A., & Yunita, D. (2022). Pemberdayaan Peningkatan Kapasitas Wirausaha Desa Melalui Pelatihan Pembuatan Rencana Bisnis. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 133–142. <https://doi.org/10.35912/yumary.v2i3.674>
- Muafidah, Z., Rohman, T., Arofah, E. A., & Prabawa, A. F. (2024). Optimalisasi produk UMKM

- melalui pelatihan desain logo dan kemasan di Desa Kalijambe Kecamatan Bringin Kabupaten Semarang. *Tintamas: Jurnal Pengabdian Indonesia Emas*, 1(1), 20–27. <https://doi.org/10.53088/tintamas.v1i1.1027>
- Najib, M. F., Agustunus Februadi, Tjetjep Djarnika, Wahyu Rafdinal, Carolina Magdalena Lasambouw, & Neneng Nuryati. (2022). Inovasi Desain Kemasan (Packaging) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 56–64. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i1.8397>
- Novalia, N., Kurniawan, M., Sudiyanto, T., Mursalin, M., Suhada, S., & Puspita, S. (2024). Strengthening Simbang Sender MSMEs through Managerial Training for Business Actors. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 249–258. <https://doi.org/10.35912/yumary.v5i2.3093>
- Rinawati, A., Tauryza, F., Nisa, L. A., Wulandari, S., & Asih, N. M. (2025). Optimalisasi Batang Pisang Menjadi Produk Olahan “D’Bogz” dengan Pemasaran Modern di Desa Prapaglor Kabupaten Purworejo. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 6(1), 209. <https://doi.org/10.33394/jpu.v6i1.13891>
- Saragih, S., Nur, N., Junita, I., Kristine, F., Mariana, A., Widiastuti, R., & Lu, C. (2024). Penguatan Daya Saing UMKM melalui Pelatihan Manajemen Kualitas. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3 SE-Articles), 337–346. <https://doi.org/10.35912/yumary.v4i3.2661>
- Sinta, V., Rifa’i, M. N., & Priyono, S. (2023). Sosialisasi Pemasaran Berbasis E-Commerce pada Home Industri di Desa Mergotentrem Kabupaten Oku Timur. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4 SE-Articles), 247–255. <https://doi.org/10.35912/yumary.v3i4.2160>
- Siregar, H., Tamara, H., Pane, M., Fatimah, S., Khairunnisa, L., & Azzahra, L. L. (2024). Pengembangan Industri Emping Melinjo Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Karang Sari, Kecamatan Gunung Maligas, Kabupaten Simalungun, Sumatera Utara. *Jurnal Pema Tarbiyah*, 3(2), 71. <https://doi.org/10.30829/pema.v3i2.3846>
- Vera Maria, Tesalonika Situmeang, & Robbi Fito Ardana. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 12–36. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i2.980>
- Wadud, A. M., & Fitriani, E. (2021). Pelatihan Desain Kemasan Dalam Rangka Peningkatan Nilai Jual Produk UMKM di Kabupaten Kuningan. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 177. <https://doi.org/10.24235/dimasejati.v3i2.9249>
- Wisnuaji, P. T., Rachmawati, D., & Sudari, S. A. (2023). Penerapan Digital Marketing untuk Peningkatan Pemasaran UKM Heppi Kitchen Depok. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 139–146. <https://doi.org/10.35912/yumary.v3i3.1767>
- Zahra, Z., Nurfitriani, N., & Fatimawali, F. (2025). Peran Keberadaan Home Industry Penyulingan Minyak Daun Cengkeh Terhadap Keberdayaan Ekonomi Masyarakat (Studi Di Desa Anggasan, Kabupaten Toli-Toli). *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 2(2), 1991–1999. <https://doi.org/10.70248/jmie.v2i2.2004>