

Healthypreneur: Penguatan Daya Saing Wirausaha Makanan Sehat melalui Inovasi Kemasan dan Label Produk di Kota Banjarmasin

Healthypreneur: Strengthening the Competitiveness of Healthy Food Entrepreneurs through Packaging and Product Labeling Innovation in Banjarmasin City

Dyah Sri Wulandari¹, Yuliarti Rezeki^{1*}, Nurhayati¹

¹Manajemen, Universitas Sari Mulia, Banjarmasin, Indonesia

*Korespondensi: yuli.rezeki303@gmail.com

Info Artikel

Diterima:

30 Juli 2024

Dipublikasikan:

31 Juli 2024

ABSTRAK

Latar Belakang dari kegiatan ini bahwa bisnis makanan sehat memiliki potensi pertumbuhan seiring meningkatnya perhatian masyarakat terhadap kualitas, keamanan, dan kandungan pangan. Namun, sebagian pelaku usaha makanan sehat di Kota Banjarmasin masih menghadapi kendala dalam memilih kemasan yang sesuai, menyusun label yang informatif, dan membangun identitas merek yang konsisten. Kondisi tersebut dapat memengaruhi daya tarik, kepercayaan konsumen, nilai tambah, dan daya saing produk. Kegiatan *Healthypreneur* bertujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha makanan sehat dalam memilih kemasan, menyusun label informatif, serta mengembangkan identitas visual produk. Kegiatan dilaksanakan melalui tahapan persiapan, pelatihan, pendampingan praktik, dan evaluasi. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, kuesioner, diskusi, demonstrasi, serta perancangan kemasan dan label secara partisipatif. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan menggunakan daftar periksa yang mencakup kelengkapan informasi, keterbacaan, kesesuaian desain, dan kesiapan implementasi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra dalam memilih bentuk serta bahan kemasan, menyusun informasi label, dan menyajikan produk secara lebih rapi dan profesional. Kegiatan ini juga menghasilkan purwarupa kemasan dan label yang lebih informatif, menarik, mudah dibaca, dan sesuai dengan karakteristik produk makanan sehat. Kegiatan *Healthypreneur* dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil memperkuat kapasitas kewirausahaan, identitas produk, dan potensi daya saing usaha makanan sehat di Kota Banjarmasin.

Kata kunci: *Healthypreneur*; makanan sehat; inovasi kemasan; label produk; daya saing UMKM

ABSTRACT

The healthy food business holds significant growth potential, driven by rising public awareness regarding food quality, safety, and nutritional content. However, many healthy food entrepreneurs in Banjarmasin City still face challenges in selecting appropriate packaging, creating informative labels, and establishing a consistent brand identity. These issues can impact product appeal, consumer trust, value addition, and competitiveness. The "Healthypreneur" initiative aims to enhance the understanding and skills of these entrepreneurs regarding packaging selection, informative labeling, and the development of product visual identities. The program was implemented through stages comprising preparation, training, practical mentoring, and evaluation. Methods employed included observation, interviews, questionnaires, discussions, presentations, and participatory packaging and label design. Evaluation involved comparing conditions before and after the program using a checklist covering information completeness, readability, design suitability, and implementation readiness. Results indicate improved understanding and skills among participants in selecting packaging shapes and materials, creating informative labels, and presenting products in a neater, more professional manner. The initiative also produced packaging and label prototypes that are more informative, attractive, and legible, while aligning with the characteristics of healthy food products. In conclusion, the Healthypreneur initiative successfully strengthened the entrepreneurial capacity, product identity, and competitive potential of healthy food businesses in Banjarmasin City.



This is an open access article under the [CC BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) 4.0 license.

Keywords: *Healthypreneur; healthy food; packaging innovation; product labeling; MSME competitiveness*

1. Pendahuluan

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, menggerakkan perekonomian masyarakat, dan memanfaatkan potensi sumber daya lokal. Salah satu bidang UMKM yang memiliki peluang berkembang ialah usaha makanan sehat. Di Kota Banjarmasin, keberagaman bahan pangan lokal dan meningkatnya perhatian masyarakat terhadap pola konsumsi sehat membuka peluang bagi pelaku usaha untuk mengembangkan produk yang aman, praktis, bergizi, dan bernilai jual. Namun, daya saing produk tidak hanya ditentukan oleh rasa dan harga, tetapi juga oleh kualitas kemasan, kelengkapan informasi, keamanan pangan, dan kekuatan identitas merek. Oleh karena itu, penguatan aspek kemasan dan label menjadi bagian penting dalam pengembangan wirausaha makanan sehat yang berkelanjutan dan berorientasi pada kebutuhan konsumen.

Sejumlah penelitian dan kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa inovasi desain kemasan dapat meningkatkan daya tarik visual, identitas produk, dan daya saing UMKM. Najib et al. [2022] menjelaskan bahwa desain kemasan berperan dalam membangun daya tarik produk, memperkuat identitas usaha, dan meningkatkan posisi produk di pasar. Sitanggang [2022] menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan inovasi produk, kemasan, serta pelabelan dapat digunakan sebagai strategi pemasaran untuk mendukung peningkatan penjualan UMKM makanan. Selanjutnya, Siburian et al. [2022] menegaskan bahwa kemasan dan desain label membantu produk lebih mudah dikenal masyarakat sekaligus meningkatkan daya saing usaha. Secara regulatif, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan dan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan menekankan pentingnya informasi pangan yang benar, jelas, dan dapat dipertanggungjawabkan kepada konsumen.

Meskipun demikian, kegiatan terdahulu umumnya berfokus pada perbaikan desain kemasan atau pelabelan secara umum. Masih terdapat kesenjangan berupa belum terintegrasinya aspek karakteristik makanan sehat, pemilihan kemasan yang fungsional, kelengkapan informasi label, penguatan identitas merek, dan penegasan nilai kesehatan produk dalam satu model pendampingan. Di Kota Banjarmasin, sebagian pelaku usaha makanan sehat masih menggunakan kemasan sederhana, mencantumkan informasi label secara terbatas, dan belum memiliki identitas visual yang konsisten. Kemasan yang digunakan juga belum sepenuhnya disesuaikan dengan bentuk, ketahanan, masa simpan, dan cara distribusi produk. Kondisi tersebut berpotensi mengurangi kepercayaan konsumen, nilai tambah, profesionalitas usaha, dan peluang perluasan pasar. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya kegiatan pengabdian yang bersifat lebih spesifik, praktis, dan sesuai dengan kebutuhan masing-masing mitra.

Kegiatan Healthypreneur menawarkan kebaruan melalui pendampingan terpadu dan partisipatif yang disesuaikan dengan karakteristik setiap produk makanan sehat. Program ini tidak hanya menghasilkan desain kemasan yang menarik, tetapi juga mendampingi mitra dalam memilih bahan dan bentuk kemasan, menyusun informasi label, membangun identitas visual, serta mengomunikasikan keunggulan kesehatan dan potensi bahan pangan lokal secara bertanggung jawab. Kemasan dan label diposisikan sebagai instrumen perlindungan konsumen, komunikasi nilai produk, penguatan merek, dan peningkatan daya saing usaha. Dampak yang diharapkan adalah meningkatnya kapasitas kewirausahaan mitra, tersedianya purwarupa kemasan dan label yang siap diterapkan, meningkatnya kepercayaan konsumen, serta terbukanya peluang pemasaran yang lebih luas.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha makanan sehat di Kota Banjarmasin dalam memilih

kemasan yang sesuai dengan karakteristik produk, menyusun label yang informatif dan mudah dibaca, mengembangkan identitas visual yang konsisten, serta menghasilkan purwarupa kemasan dan label yang dapat diterapkan. Pada akhirnya, kegiatan ini diharapkan mampu memperkuat profesionalitas, identitas produk, nilai tambah, dan daya saing wirausaha makanan sehat di Kota Banjarmasin.

2. Metode Kegiatan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan di Kota Banjarmasin dengan sasaran wirausaha makanan sehat yang memproduksi dan memasarkan produk pangan olahan secara mandiri maupun bersama kelompok usaha. Pemilihan mitra dilakukan secara purposive sampling, yaitu dengan menetapkan kriteria pelaku usaha yang memiliki produk makanan sehat, menggunakan kemasan dalam kegiatan pemasaran, menghadapi kendala pada tampilan kemasan atau kelengkapan label, serta bersedia mengikuti seluruh rangkaian pendampingan. Pendekatan purposive dipilih karena kegiatan ini membutuhkan mitra yang benar-benar memiliki kebutuhan nyata terhadap penguatan kemasan dan label produk, sehingga hasil pendampingan dapat diterapkan secara langsung dalam usaha. Jumlah mitra disesuaikan dengan kapasitas tim pelaksana dan tingkat kebutuhan pendampingan; apabila mitra berada dalam satu kelompok usaha, seluruh anggota kelompok dapat dilibatkan agar penerapan hasil kegiatan lebih berkelanjutan.

Sebelum kegiatan dilaksanakan, kondisi awal mitra diidentifikasi melalui observasi lapangan, wawancara, dan telaah dokumen kemasan serta label yang telah digunakan. Observasi dilakukan untuk melihat bentuk kemasan, jenis bahan kemasan, kondisi penyimpanan produk, cara penyajian informasi, serta tampilan visual produk. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi mengenai jenis produk, bahan baku, target konsumen, masa simpan, kapasitas produksi, strategi harga, saluran pemasaran, dan kendala yang dialami mitra. Hasil identifikasi awal kemudian dibandingkan dengan ketentuan informasi pada label pangan olahan sesuai Peraturan Badan Pengawas Obat dan

Makanan Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan. Kondisi awal yang umum dijumpai adalah kemasan yang masih sederhana, desain visual yang kurang menarik, identitas merek yang belum konsisten, serta label yang belum mencantumkan informasi penting secara lengkap.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga instrumen utama, yaitu lembar observasi, pedoman wawancara, dan angket. Lembar observasi digunakan untuk menilai kondisi kemasan dan label sebelum serta sesudah kegiatan, meliputi keterbacaan, kelengkapan informasi, ketepatan penempatan elemen label, kesesuaian desain dengan karakter produk, dan daya tarik visual. Pedoman wawancara digunakan untuk menggali kebutuhan mitra secara lebih mendalam, termasuk kendala produksi, preferensi konsumen, keterbatasan biaya, dan rencana pengembangan usaha. Angket digunakan untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra sebelum dan sesudah pelatihan. Untuk memastikan validitas isi, instrumen disusun berdasarkan indikator fungsi kemasan, unsur informasi label pangan, prinsip desain identitas produk, dan kebutuhan pemasaran UMKM, kemudian ditelaah oleh dosen atau pakar yang memiliki kompetensi pada bidang manajemen pemasaran, kewirausahaan, atau pengelolaan UMKM.

Kegiatan dilaksanakan melalui empat tahap utama, yaitu persiapan, pelaksanaan pelatihan, pendampingan praktik, dan evaluasi. Pada tahap persiapan, tim melakukan koordinasi dengan mitra, menentukan jadwal, menyiapkan materi, menyusun instrumen, serta melakukan identifikasi kondisi awal. Pada tahap pelaksanaan, mitra memperoleh edukasi mengenai fungsi strategis kemasan, prinsip pemilihan kemasan, unsur penting label pangan, penguatan identitas merek, serta penggunaan kemasan dan label sebagai media pemasaran. Materi disampaikan melalui ceramah interaktif, diskusi, demonstrasi, dan analisis contoh kemasan agar mitra dapat memahami konsep secara langsung dan menerapkannya pada produk masing-masing.

Pada tahap pendampingan praktik, mitra dibimbing untuk menganalisis kemasan lama, menentukan kebutuhan kemasan berdasarkan karakteristik produk, menyusun informasi label,

dan merancang identitas visual produk. Pendampingan dilakukan secara partisipatif, sehingga mitra tidak hanya menerima materi tetapi juga terlibat langsung dalam penyusunan rancangan kemasan dan label. Hasil akhir kegiatan berupa purwarupa kemasan dan label yang disesuaikan dengan jenis produk, target konsumen, masa simpan, kapasitas produksi, serta kemampuan biaya mitra. Purwarupa tersebut kemudian ditinjau bersama mitra untuk memastikan bahwa desain yang dihasilkan realistis, mudah diterapkan, dan sesuai dengan kebutuhan usaha.

Data kualitatif dari hasil observasi dan wawancara dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data kuantitatif dari angket pre-test dan post-test. Selain itu, kualitas hasil kemasan dan label dievaluasi menggunakan checklist berdasarkan kelengkapan informasi, keterbacaan, kesesuaian desain, dan kesiapan implementasi. Hasil evaluasi digunakan untuk mengukur keberhasilan program serta menentukan kebutuhan pendampingan lanjutan.

Hasil yang diharapkan dari kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman dan keterampilan mitra dalam merancang kemasan serta menyusun label produk makanan sehat. Secara khusus, mitra diharapkan mampu memilih kemasan yang lebih sesuai dengan karakteristik produk, menyusun label yang lebih informatif dan mudah dibaca, serta menghasilkan purwarupa kemasan dan label yang dapat digunakan dalam kegiatan usaha. Indikator keberhasilan meliputi peningkatan nilai rata-rata hasil angket sebelum dan sesudah pelatihan, meningkatnya kelengkapan informasi pada label, tersusunnya desain kemasan yang lebih menarik, serta dihasilkannya purwarupa kemasan dan label untuk setiap mitra. Dalam jangka menengah, penerapan hasil kegiatan diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, nilai tambah produk, konsistensi identitas merek, dan daya saing wirausaha makanan sehat di Kota Banjarmasin.

3. Hasil Dan Pembahasan

Sebelum pelaksanaan kegiatan Healthypreneur, kondisi awal wirausaha makanan sehat mitra di Kota Banjarmasin menunjukkan

keterbatasan pada aspek kemasan, label produk, dan penguatan identitas merek. Kemasan yang digunakan sebagian besar masih sederhana dan belum sepenuhnya disesuaikan dengan karakteristik produk, seperti tingkat kerentanan produk terhadap kelembapan, kebutuhan masa simpan, serta kemudahan konsumen dalam membawa dan menyimpan produk. Desain kemasan umumnya belum konsisten antarproduk, belum menonjolkan nilai kesehatan produk, dan belum mampu membedakan produk mitra dari produk sejenis di pasar. Selain itu, label produk belum seluruhnya mencantumkan informasi penting seperti komposisi bahan, berat bersih, tanggal produksi, tanggal kedaluwarsa, identitas produsen, dan anjuran penyimpanan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemasan masih dipahami mitra terutama sebagai pembungkus produk, bukan sebagai bagian dari strategi perlindungan produk, pemasaran, dan pembentukan kepercayaan konsumen.



Gambar1. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Setelah kegiatan dilaksanakan, terjadi perubahan pada pemahaman dan keterampilan mitra dalam mengelola kemasan serta label produk. Mitra mulai memahami bahwa kemasan memiliki fungsi strategis yang lebih luas daripada fungsi pelindung semata. Kemasan dipahami sebagai media komunikasi produk yang dapat menyampaikan identitas usaha, keunggulan bahan baku, karakter makanan sehat, dan nilai tambah produk kepada konsumen. Mitra juga lebih

memahami pentingnya memilih bentuk, ukuran, dan bahan kemasan yang sesuai dengan karakteristik produk. Perubahan tersebut tampak pada usaha mitra dalam menyesuaikan desain kemasan dengan target konsumen, menambahkan informasi penting pada label, serta menyusun tampilan produk yang lebih rapi, mudah dikenali, dan lebih profesional.



Gambar 2. Observasi dan Wawancara dengan UMKM

Peningkatan pemahaman mitra juga terlihat pada kesadaran mengenai pentingnya informasi label yang benar, jelas, dan tidak menyesatkan. Melalui pendampingan, mitra memahami bahwa label bukan hanya elemen visual untuk memperindah kemasan, tetapi merupakan sarana komunikasi yang membantu konsumen mengetahui isi, keamanan, masa simpan, dan identitas produsen. Mitra kemudian berusaha melengkapi elemen label seperti nama produk, komposisi, berat bersih, tanggal produksi, kedaluwarsa, cara penyimpanan, dan identitas usaha. Perubahan ini sejalan dengan tujuan pelabelan pangan, yaitu memberikan informasi yang benar dan jelas kepada masyarakat sebelum produk dibeli atau dikonsumsi (Republik Indonesia, 2012). Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya mendorong perbaikan tampilan produk, tetapi juga mendorong praktik usaha yang lebih bertanggung jawab terhadap konsumen.



Gambar 3. Penyebaran Pretes Kegiatan Untuk Mengetahui Pemahaman Peserta



Gambar 4. Penyebaran Postes Kegiatan Untuk Mengetahui Pemahaman Peserta

Partisipasi mitra dalam kegiatan tergolong aktif dan berkelanjutan. Mitra terlibat dalam tahap identifikasi masalah, diskusi, penyusunan desain, revisi kemasan dan label, serta evaluasi hasil pendampingan. Keterlibatan tersebut menunjukkan bahwa mitra tidak berperilaku pasif sebagai penerima manfaat, melainkan sebagai subjek pengembangan usaha yang memiliki pengetahuan, pengalaman, dan kebutuhan spesifik. Partisipasi yang tinggi juga dipengaruhi oleh pendekatan pendampingan yang berbasis praktik. Mitra tidak hanya menerima materi teoretis, tetapi langsung menganalisis kemasan yang telah digunakan, mengidentifikasi kelemahan label, dan menyusun rancangan yang sesuai dengan produk masing-masing. Pendekatan ini membuat mitra merasa memiliki hasil kegiatan sehingga lebih termotivasi untuk menerapkannya dalam usaha.

Dampak langsung yang diperoleh mitra adalah tersusunnya purwarupa kemasan dan label produk yang lebih informatif, menarik, dan sesuai dengan karakteristik makanan sehat. Purwarupa tersebut menjadi hasil nyata yang dapat langsung diterapkan mitra dalam kegiatan produksi dan pemasaran. Selain itu, kegiatan ini memberikan dampak pada peningkatan kapasitas wirausaha dalam membangun identitas visual produk. Mitra menjadi lebih mampu mengaitkan nilai kesehatan produk dengan pesan merek, misalnya melalui penonjolan penggunaan bahan lokal, proses produksi yang higienis, atau karakter produk yang lebih sehat. Dampak tersebut penting karena konsumen makanan sehat membutuhkan keyakinan bahwa produk yang dibeli benar-benar sesuai dengan klaim dan kebutuhan kesehatannya.



Gambar 5 . Produk Sebelum Kegiatan



Gambar 6 . Produk Setelah Kegiatan

Adopsi inovasi oleh mitra tampak pada penerapan konsep kemasan dan label yang lebih terstruktur dalam usaha. Mitra mulai mengadopsi prinsip pemilihan kemasan berdasarkan fungsi perlindungan produk, kenyamanan konsumen, dan kemudahan distribusi. Mitra juga mulai mengadopsi penyusunan label yang lebih lengkap

serta desain visual yang lebih konsisten dengan identitas merek. Adopsi ini menunjukkan bahwa inovasi yang diperkenalkan tidak berhenti pada tahap pelatihan, tetapi berpotensi diterapkan secara berkelanjutan dalam kegiatan usaha. Keberhasilan adopsi tersebut didukung oleh keterlibatan mitra dalam proses perancangan, sehingga desain yang dihasilkan lebih realistis dan sesuai dengan kemampuan produksi serta keterbatasan biaya mitra.

Kebaruan kegiatan Healthpreneur terletak pada integrasi antara nilai kesehatan produk, inovasi kemasan, kelengkapan informasi label, dan penguatan identitas merek dalam satu model pendampingan. Berbeda dari kegiatan pelatihan kemasan yang umumnya menekankan aspek desain visual, kegiatan ini mengarahkan mitra untuk memandang kemasan dan label sebagai satu kesatuan strategi penguatan daya saing. Kemasan dirancang bukan hanya untuk menarik perhatian konsumen, tetapi juga untuk melindungi produk dan mendukung pengalaman konsumen. Label dirancang bukan hanya sebagai pelengkap, tetapi sebagai sarana penyampaian informasi yang benar dan bermanfaat bagi konsumen. Integrasi tersebut menjadi nilai tambah karena membantu mitra membangun produk yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga lebih informatif dan kredibel.

Temuan kegiatan menunjukkan bahwa penguatan daya saing UMKM makanan sehat tidak dapat dicapai hanya melalui perbaikan tampilan produk. Diperlukan pemahaman mitra terhadap hubungan antara karakteristik produk, kebutuhan konsumen, fungsi kemasan, dan informasi label. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Najib et al. (2022) yang menunjukkan bahwa inovasi desain kemasan dapat menjadi faktor peningkatan daya saing produk UMKM. Siburian et al. (2022) juga menegaskan bahwa kemasan dan desain label berperan penting dalam membantu produk UMKM dikenal oleh masyarakat. Dalam konteks kegiatan ini, perbaikan kemasan dan label menjadi lebih bermakna karena diarahkan pada produk makanan sehat yang memiliki kebutuhan khusus dalam menyampaikan informasi keamanan, bahan baku, dan nilai kesehatan kepada konsumen.

Keterkaitan hasil kegiatan dengan populasi sasaran cukup kuat karena pendampingan disesuaikan dengan kondisi nyata wirausaha makanan sehat di Kota Banjarmasin. Setiap mitra memiliki jenis produk, kapasitas produksi, target pasar, dan keterbatasan sumber daya yang berbeda. Oleh karena itu, rancangan kemasan dan label tidak diseragamkan, melainkan disesuaikan dengan karakteristik masing-masing usaha. Pendekatan ini meningkatkan relevansi kegiatan bagi mitra karena solusi yang diberikan lebih aplikatif. Namun, hasil kegiatan ini perlu diinterpretasikan secara hati-hati apabila akan digeneralisasi kepada UMKM di daerah lain. Perbedaan jenis produk, akses terhadap bahan kemasan, tingkat literasi digital, kondisi pasar, dan kemampuan biaya pelaku usaha dapat memengaruhi penerapan model pendampingan. Oleh karena itu, model *Healthypreneur* lebih tepat dipandang sebagai pendekatan yang dapat diadaptasi, bukan sebagai model yang dapat diterapkan secara seragam pada seluruh UMKM makanan.

Kelebihan kegiatan ini terletak pada pendekatan partisipatif, materi yang aplikatif, serta hasil akhir berupa purwarupa yang dapat langsung digunakan. Kegiatan juga memperkuat kesadaran mitra terhadap pentingnya informasi label yang benar dan tidak menyesatkan. Selain itu, pendampingan yang menyesuaikan desain dengan karakteristik produk membuat mitra lebih mudah mengadopsi hasil kegiatan. Kelebihan lainnya adalah keterlibatan mitra dalam seluruh proses, sehingga pengetahuan yang diperoleh tidak hanya bersifat jangka pendek, tetapi berpotensi menjadi bagian dari kapasitas usaha secara berkelanjutan.

Meskipun demikian, kegiatan ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, perubahan desain kemasan dan label membutuhkan biaya produksi, sehingga tidak semua mitra dapat langsung menerapkan purwarupa secara penuh. Kedua, keterbatasan waktu pendampingan dapat membuat sebagian mitra membutuhkan bimbingan lanjutan, terutama dalam penyempurnaan desain, pemilihan bahan kemasan, dan penerapan label secara konsisten. Ketiga, perubahan perilaku usaha membutuhkan waktu karena mitra perlu membiasakan diri mengelola informasi produk secara lebih teliti dan sistematis. Keempat,

efektivitas penerapan kemasan dan label terhadap peningkatan penjualan belum dapat dipastikan dalam jangka pendek karena membutuhkan evaluasi pasar yang lebih lama. Oleh karena itu, keberlanjutan program perlu didukung melalui pendampingan lanjutan, fasilitasi akses bahan kemasan, serta pemantauan penerapan hasil kegiatan oleh mitra.

Secara keseluruhan, kegiatan *Healthypreneur* memberikan kontribusi dalam penguatan kapasitas wirausaha makanan sehat di Kota Banjarmasin melalui perubahan cara pandang terhadap kemasan dan label produk. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM akan lebih efektif apabila dilakukan melalui pendampingan yang partisipatif, berbasis kebutuhan nyata, dan menghasilkan luaran yang dapat langsung diterapkan. Dengan adopsi inovasi kemasan dan label yang lebih baik, mitra memiliki peluang untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat identitas merek, menambah nilai produk, serta memperluas peluang pasar secara berkelanjutan.

4. Simpulan

Kegiatan *Healthypreneur* berhasil mencapai tujuan pengabdian melalui peningkatan pemahaman, keterampilan, dan kesiapan pelaku usaha makanan sehat di Kota Banjarmasin dalam mengelola kemasan, label, dan identitas visual produk. Setelah pendampingan, mitra mampu memilih kemasan sesuai karakteristik produk, menyusun label yang lebih lengkap dan mudah dibaca, serta menghasilkan purwarupa kemasan dan label yang dapat diterapkan. Temuan baru kegiatan ini adalah model pendampingan *Healthypreneur* berbasis partisipasi dan praktik yang mengintegrasikan pemilihan kemasan fungsional, penyusunan label informatif, penguatan identitas visual, dan penegasan nilai kesehatan produk. Model ini menjadikan kemasan dan label sebagai instrumen perlindungan konsumen, komunikasi nilai produk, penguatan merek, dan peningkatan daya saing. Pendampingan lanjutan disarankan untuk memantau implementasi purwarupa, memfasilitasi akses bahan kemasan terjangkau, memperkuat pemasaran digital dan

legalitas produk, serta mengukur dampaknya terhadap penjualan dan kepuasan konsumen.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Sari Mulia yang telah mendanai dan mendukung pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berjudul “Healthpreneur: Penguatan Daya Saing Wirausaha Makanan Sehat melalui Inovasi Kemasan dan Label Produk di Kota Banjarmasin.” Dukungan dana, fasilitas, dan kepercayaan yang diberikan menjadi faktor penting bagi terlaksananya kegiatan ini secara baik.

Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada mitra masyarakat, khususnya para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) makanan sehat di Kota Banjarmasin, yang telah bersedia menjadi sasaran pendampingan, memberikan informasi mengenai kondisi usaha, serta terlibat aktif dalam kegiatan pelatihan, diskusi, dan perancangan kemasan serta label produk. Ketersediaan mitra untuk mengikuti seluruh rangkaian kegiatan merupakan bagian penting dari keberhasilan program ini.

Referensi

- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2018). *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan*. <https://jdih.pom.go.id/view/slide/795/31/2018/dabeafa6450073d4bc22204440542088>
- Furyanah, A., Alfiah, S., & Jannudin. (2022). Kekuatan kemasan (*packaging*) sebagai penarik perhatian konsumen pada UMKM keripik singkong Bu Imah Rosyidah Gunung Sindur Bogor. *Pro Bono: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(2). <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/jpb/article/view/22144>
- Najib, M. F., Febuadi, A., Djarnika, T., Rafdinal, W., Lasambouw, C. M., & Nuryati, N. (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>
- Pramita, A., Somantri, O., Prasadi, O., Rahayu, T. E. P. S., Triwuri, N. A., & Fadlilah, I. (2022). Peningkatan pemahaman mengenai desain label dan kemasan pada produk oleh-oleh di Desa Widarapayung Wetan Kabupaten Cilacap. *HIKMAYO: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://jurnal.amayogyakarta.ac.id/index.php/HIKMAYO/article/view/77>
- Republik Indonesia. (2012). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38279/uu-no-18-tahun-2012>
- Siburian, R. M., Sipayung, L., Hutabarat, M., & Chandra, A. (2022). Kemasan dan desain label produk bagi UMKM di Kecamatan Medan Kota. *Publikasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat Widya (PUNDIMASWID)*, 1(1), 32–40. <https://jurnal.amikwidyaloka.ac.id/index.php/pundimaswid/article/view/110>
- Suraya, F., Maharani, D. G., Rachmawati, H., & Putri, D. M. Y. (2022). Peran digital marketing dan *packaging* dalam meningkatkan produktivitas UMKM di Desa Muntung, Kecamatan Candiroto, Kabupaten Temanggung. *Jurnal Puruhita: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/puruhita/article/view/53100>
- Widyaningrum, D., & Ismiyah, E. (2022). Penyuluhan label kemasan sebagai upaya peningkatan nilai jual produk pada pelaku UMKM ikan asin. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1). <https://doi.org/10.53625/jabdi.v2i1.2262>