

## Optimalisasi Kualitas dan Estetika Kemasan Sambal sebagai Strategi Pemasaran UMKM dari Desa Kalijoso, Kabupaten Magelang

Erisa Aprilia Wicaksari<sup>1</sup>, Desta Sakti Pandu Kalpika<sup>2</sup>, Rery Lasinta Virgy<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Universitas Negeri Semarang

---

**Kata Kunci:**

Desa Kalijoso;  
Kemasan;  
Pelatihan;  
Pengolahan Cabai;  
Sambal;  
UMKM.

**Keywords:**

Chili Processing;  
Chili Sauce;  
Kalijoso Village;  
Packaging;  
Training;  
UMKM.

**Correspondensi Author**

Desta Sakti Pandu Kalpika  
Fakultas MIPA, Universitas  
Negeri Semarang  
[destasaktipandu@students.unnes.ac.id](mailto:destasaktipandu@students.unnes.ac.id)

**Abstract.** UMKM play a crucial role in the national economy, including in the production of chili sauce in Kalijoso Village, Magelang. This village is known for its abundant chili harvest, but the potential for processed chili sauce products has not been fully optimized. Challenges include limited processing facilities, lack of technology, and a lack of understanding of the importance of attractive and informative packaging. Through a community service program, socialization and training were provided to the local women's group (PKK) on the production, packaging, and marketing processes of chili sauce. As a result, participants showed high enthusiasm in engaging with the activities. Optimizing the quality of chili sauce products and packaging aesthetics became the focus to enhance competitiveness and added value.

**Abstrak.** UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian nasional, termasuk dalam produksi sambal di Desa Kalijoso, Magelang. Desa ini dikenal dengan hasil cabai yang melimpah, namun potensi produk olahan sambal belum dimanfaatkan secara optimal. Tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan fasilitas pengolahan, kurangnya teknologi, dan pemahaman akan pentingnya kemasan yang menarik dan informatif. Melalui program pengabdian masyarakat, dilakukan sosialisasi dan pelatihan bagi ibu-ibu PKK mengenai proses produksi sambal, pengemasan, dan pemasaran. Hasilnya, peserta menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengikuti kegiatan ini. Optimalisasi kualitas produk sambal dan estetika kemasan menjadi fokus untuk meningkatkan daya saing dan nilai tambah produk.

---

## Pendahuluan

Dalam era globalisasi dan digital saat ini, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian nasional. UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal, tetapi juga menjadi jembatan penghubung antara hasil produksi pertanian dan konsumen akhir (Shafi et al., 2020). Salah satu sektor yang memiliki potensi besar namun seringkali kurang dimanfaatkan secara optimal adalah produksi sambal, khususnya yang berasal dari desa-desa penghasil cabai. Desa Kalijoso di Kabupaten Magelang, Jawa Tengah, adalah salah satu contoh desa yang memiliki potensi besar dalam hal hasil pertanian cabai. Sebagai desa yang dikenal dengan hasil kebun cabainya yang melimpah, Kalijoso memiliki peluang untuk mengembangkan produk sambal berkualitas tinggi. Namun, sampai saat ini, sebagian besar cabai dari desa ini masih dijual dalam bentuk mentah tanpa

melalui proses pengolahan lebih lanjut. Hal ini mengakibatkan hilangnya nilai tambah yang seharusnya bisa diperoleh dari produk olahan sambal.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh para petani dan pelaku UMKM di Kalijoso adalah kurangnya fasilitas dan teknologi untuk pengolahan cabai. Banyak dari mereka masih mengandalkan metode tradisional yang terbatas, yang seringkali mengakibatkan produk akhir kurang optimal dalam hal kualitas dan daya tahan. Selain itu, minimnya pengetahuan tentang pentingnya kemasan yang menarik dan informatif juga menjadi salah satu faktor yang membatasi potensi pasar (Dalimunthe, 2017). Kemasan merupakan aspek krusial dalam pemasaran produk makanan, termasuk sambal. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi dengan konsumen (Muhammad Anasrullah, 2017). Kemasan yang menarik dan informatif dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya jual produk (Widiati, A. 2019). Namun, banyak pelaku UMKM yang belum paham akan pentingnya kemasan dalam meningkatkan nilai jual serta menarik minat konsumen, melalui kemasan ada potensi produk bisa lebih mudah dikenal oleh masyarakat luas (Liliek Nur Sulistyowati, 2021; Dewi Isma Aryani, 2020).

Optimalisasi kualitas produk dan estetika kemasan sambal adalah dua aspek yang saling berkaitan dan sangat penting dalam strategi pemasaran UMKM (Widiartanto et al., 2020). Kualitas produk sambal mencakup berbagai faktor, mulai dari rasa, tekstur, hingga konsistensi dan daya tahan produk. Kualitas sambal yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen dan menciptakan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM untuk melakukan riset dan pengembangan produk, serta memanfaatkan teknologi yang ada untuk menghasilkan sambal berkualitas tinggi (Cyasmoro et al., 2021). Di sisi lain, estetika kemasan memainkan peran penting dalam menarik perhatian konsumen. Kemasan yang dirancang dengan baik tidak hanya akan membuat produk lebih menarik, tetapi juga membantu dalam menyampaikan informasi mengenai bahan-bahan yang digunakan serta cara penyimpanan dari sambal tersebut. Kemasan yang menarik dan informatif dapat membedakan produk sambal dari kompetitor dan membuat produk lebih mudah diingat oleh konsumen (Prasetyawati et al., 2022).

Untuk mengatasi tantangan yang ada dan memanfaatkan potensi yang dimiliki, beberapa strategi dapat diterapkan dalam optimalisasi kualitas dan estetika kemasan yaitu, pelaku UMKM perlu melakukan penelitian pengembangan untuk meningkatkan kualitas produk, mendesain kemasan yang menarik dan sesuai dengan karakteristik produk, memberikan pelatihan dan pendidikan kepada pelaku UMKM mengenai teknik pengolahan, desain kemasan, serta strategi pemasaran dapat membantu dalam meningkatkan kualitas produk dan kemasan, mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan saluran distribusi yang tepat dan melibatkan komunitas lokal dalam proses produksi dan pemasaran dapat meningkatkan dukungan dan keterlibatan masyarakat (Masayu Endang Apriyanti, 2018).

## **Metode dan Strategi**

Metode yang kami gunakan pada saat pengabdian masyarakat yaitu sosialisasi dan pelatihan dari proses pembuatan sambal hingga ke proses pengemasan kepada ibu-ibu PKK di desa Kalijoso. Serangkaian langkah yang digunakan sebagai strategi pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan alur yaitu menentukan modal, menyiapkan alat dan bahan, proses pembuatan sambal, proses pengemasan dan proses pemasaran. Pelaksanaan program ini di desa Kalijoso, Kecamatan Windusari, Kabupaten Magelang pada hari . Media yang kami pakai adalah peralatan memasak dan media pengemasan. Pelaksaaan pengabdian masyarakat berjalan dengan sukses, mencakup tahap persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi baik dalam mengikuti pelatihan maupun dalam merespon kegiatan tersebut.

## **Program Unggulan**

Kegiatan sosialisasi ini memberikan dampak dari dua hal yaitu dari segi pengetahuan dan juga segi pendekatan kepada para warga yang berada di Desa Kalijoso. Segi pengetahuan disini

Erisa Aprilia Wicaksari, Desta Sakti Pandu Kalpika, Rery Lasinta Virgy  
Optimalisasi Kualitas dan Estetika Kemasan Sambal sebagai Strategi Pemasaran UMKM dari Desa Kalijoso, Kabupaten Magelang

Mahasiswa UNNES GIAT 9 memberikan hal baru dalam pengembangan hasil tani warga desa yaitu cabai, yang dimana cabai yang biasanya hanya untuk menjadi sambal di rumah bisa menghasilkan penambahan ekonomi. Disini bukan hanya sekedar memberikan penjelasan tentang pembuatan sambal tetapi Mahasiswa UNNES GIAT 9 juga membantu dalam pengemasan agar dapat layak dijual selain itu, Mahasiswa UNNES GIAT 9 membuat Logo agar sambal dari Desa Kalijoso dapat lebih dikenal atau memiliki identitas tersendiri. Segi pendekatan kepada warga merupakan hal yang tidak kalah penting dalam menjalankan UNNES GIAT 9, melihat keakraban dan juga antusias dari ibu ibu PKK, bukan hanya itu ibu ibu juga sangat senang mendapat hal baru dalam pembuatan kemasan sambal ini dan memiliki niat yang tinggi untuk memproduksi dan menjual produk UMKM berupa sambal.

## Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan diawali dengan pembukaan kegiatan yang dilakukan oleh Mahasiswa UNNES GIAT 9, selanjutnya dari Mahasiswa memberitahu terkait kegiatan yang akan terlaksana kepada ibu PKK yang akan dilakukan pada hari itu. Disini sebelum memberitahukan proses pembuatan kemasan Mahasiswa UNNES GIAT 9 telah menyediakan bahan dan alat untuk pengemasan yaitu botol sambal, aluminium foil, setrika, dan bahan bahan untuk pembuatan sambal. Selanjutnya dimulai dengan proses pembuatan sambal terlebih dahulu, setelah sambal dibuat sesuai resep yang diinginkan dan didinginkan terlebih dahulu maka selanjutnya masuk kedalam proses pengemasan.

Dalam proses pengemasan dimulai dengan tahap sambal yang sudah didinginkan dimasukan kedalam botol. Setelah dimasukan kedalam botol, botol dibersihkan dan dilanjutkan dengan pemasangan atau pelapisan bagian atas dengan aluminium. Untuk aluminium dapat digunting mengikuti ukuran dari bulatan botol, bersamaan dengan itu untuk setrikaan dapat dihidupkan dan dipanas dengan suhu yang sangat panas, hal ini dilakukan agar aluminium dengan botol dapat langsung terikat karena jika setrika dibenar benar panas proses pengemasan akan gagal. Setelah perekatan aluminium selesai tahap terakhir adalah botol ditutup dengan tutup bawaan dari pabrik.



**Gambar 1.** *Mengawali dengan pembukaan acara*



**Gambar 2.** Menyiapkan alat bahan dan menjelaskan cara pembuatan



**Gambar 3.** Memulai menghaluskan bahan yang akan dimasak



**Gambar 4.** Mulai memasak bahan yang akan dibuat sambal

Erisa Aprilia Wicaksari, Desta Sakti Pandu Kalpika, Rery Lasinta Virgy  
Optimalisasi Kualitas dan Estetika Kemasan Sambal sebagai Strategi Pemasaran UMKM dari Desa Kalijoso, Kabupaten Magelang



**Gambar 5.** Ibu-ibu PKK mulai melakukan pengemasan dan pelabelan



**Gambar 6.** Sambal siap dipasarkan dan dikonsumsi

### **Tahapan Evaluasi dan Monitoring**

Dalam kegiatan ini seharusnya dapat mengundang seluruh ibu-ibu di desa agar yang mengetahui terkait pengemasan sambal yang mudah dan dapat dipakai untuk kegiatan UMKM dari desa sendiri. Evaluasinya sosialisasi lebih dari awal benar-benar dapat disebarluaskan secara benar kepada warga desa, setelah itu setiap ibu-ibu yang datang dapat membawa bahannya sendiri dan mereka dapat berkreasi membuat sambal setelah itu diajarkan dengan benar untuk pengemasan.

### **Simpulan Dan Saran**

Kegiatan Pengemasan Sambal menggunakan aluminium digunakan agar dapat membuat sambal tahan hingga sebulan lebih, bukan hanya itu pengemasan ini dilakukan juga sangat mudah dan dapat ditiru oleh warga desa yang ingin membuka usaha kecil-kecilan. Harapannya semoga dengan adanya sosialisasi ini warga dari Desa Kalijoso dapat membuat ciri khas sambal tersendiri dengan hasil cabai yang berlimpah dan juga pengemasan yang mudah tersebut.

### **Daftar Rujukan**

Alsuhendra dan Ridawati. (2017). Pelatihan Pembuatan Kemasan dan Label Makanan Bagi Pelaku Usaha Makanan di Desa Jampang, Kecamatan Kemang, Kabupaten Bogor. *Jurnal Sarwahita*, Vol. 14 No. 02: 85-93.

- Cyasmoro, V., & Talumantak, R. (2021). Inovasi pemasaran dan inovasi kemasan produk meningkatkan kinerja pemasaran UMKM makanan dan minuman di Pasar Lama Kota Tangerang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 10565-10577.
- Dalimunthe, Muhammad Bukhori. (2017). Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi produk. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 18–31.
- Dewi Isma Aryani, N. N. (2020). Pelatihan Pembuatan Kemasan Sabun Bunga Matahari Di Desa Bojonghaleuang Sebagai Program Community Empowerment. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 76-85.
- Handini, Y. D., Suhartono, S., & Wahjuni, S. (2017). Kegiatan Pelabelan, Pengemasan Dan Pemasaran Kerupuk Dan Rengginang Panarukan Situbondo. *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 4(2), 68–81.
- Lilie Nur Sulistiyowati, P. U. (2021). Pelatihan Pembuatan Kemasan Kain Batik Tulis Murni Ngangkrik di Desa Sidomulyo Kecamatan Sawahan Kabupaten Madiun. *Adi Widya*, 89-94.
- Masayu Endang Apriyanti, 2018, Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Jurnal Sosio e-kons*, Vol.10 No. 1, April 2018.
- Muhammad Anasrullah, B. (2017). Pelatihan Pembuatan Kemasan (Packaging) untuk meningkatkan Pemasaran Produk Olahan Kue Kacang Emping Melinjo. *J-Adimas*, 26-30.
- Mukhlis M, L. A. (2022). Pelatihan Pembuatan Kemasan Produk-Produk Rumahan Bagi Masyarakat Di Desa Toniku. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Gambar 5. Ibu-ibu PKK mulai melakukan pengemasan dan pelabelan
- Gambar 6. Sambal siap dipasarkan dan dikonsumsi
- Dimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat-5
- Prasetyawati, M., Sudarwati, W., Jaharuddin, J., Nelfiyanti, N., Setiawan, A., & Saputra, A. (2022, October). Pelatihan pembuatan desain kemasan untuk meningkatkan pemasaran pada umkm olahan makanan di kelurahan kelapa dua wetan. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ (Vol. 1, No. 1)*.
- Sa'diyah, H. (2020). Inovasi Pengemasan Dan Pelabelan Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Al-Iqtishady: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 56–67.
- Soni Trison, S. N. (2020). Pelatihan Desain Kemasan Produk dan Media Pemasaran Online UMKM di kelurahan Kukusan Kota Depok. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 159- 166.
- Umami, N., WH, M. A. S., & Hayuhantika, D. (2022). Pelatihan tehnik pengemasan dan pelabelan untuk meningkatkan kemampuan manajemen pemasaran untuk UMKM Desa Belimbing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat-Teknologi Digital Indonesia.*, 1(2), 85-92.
- Widiartanto, Wahyudi, Fendy Eko, Rahman, Amni Zarkasyi, Dewi, Reni Shinta, & Saputra, Jumadil. (2020). A study of intellectual capital and its supply chain strategy for business performance in small medium enterprise (SMEs). *International Journal of Supply Chain Management*, 9(4), 267–275.
- Widiati, A. (2019). Peranan kemasan (packaging) dalam meningkatkan pemasaran produk usaha mikro kecil menengah (umkm) di “mas pack” terminal kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 8(2), 67-76.