



Jurnal Abmas

Media Informasi Pengabdian Kepada Masyarakat
<https://ejournal.upi.edu/index.php/ABMAS>



Training on pricing, profit, and packaging Dian Kristawati product, in Kemoning Bali

Purwaningtyas Kusumaningsih¹, Ni Made Erpia Ordani Astuti², Rai Gina Artaningrum³

^{1,2,3} Universitas Dhyana Pura, Badung Bali, Indonesia

purwak.05@undhirabali.ac.id¹, erpiaastuti@undhirabali.ac.id², raigina86@undhirabali.ac.id³

ABSTRACT

The Dian Kristawati women's group, located in Kemoning Village, Klungkung, Bali, has developed processed okara products in various forms, including chips, cakes, brownies, cookies, and nuggets. No other okara-based products are being sold in Klungkung Regency, so the partners aim to create packaging labels that provide information and identify the uniqueness of okara products, thereby increasing awareness and sales. This service aims to assist in creating labels for the five partner products and in adapting them to the partners' wishes and conditions. The methods used in this project are participatory, involving partners in creating the packaging labels, as well as qualitative and quantitative methods, namely determining partners' preferences for product labeling based on interview results to identify their needs. Technology development involved assisting with using the Canva program to create packaging labels for partner products. As a result of this community service, the partners now have five packaging labels containing information about the uniqueness of the products, the identity of the partners with the name Dian Kristawati Tresna Asih Klungkung, and the partners' contact details and social media addresses, which contain information about the production and types of okara products.

ARTICLE INFO

Article History:

Received: 15 Sep 2025

Revised: 1 Feb 2026

Accepted: 6 Feb 2026

Publish online: 21 Feb 2026

Keywords:

packaging; product identity; product label information

Open access 

Jurnal Abmas

is a peer-reviewed open-access journal

ABSTRAK

Kelompok wanita Dian Kristawati berlokasi di Desa Kemoning, Klungkung Bali memiliki pengembangan produk olahan okara berupa keripik, bolu, brownies, kukis dan nugget. Penjualan produk di kabupaten Klungkung berbahan okara belum ada yang membuat olahan serupa, oleh karena itu mitra ingin membuat label kemasan yang dapat memberikan informasi dan identitas tentang kekhasan produk olahan okara supaya dapat dikenal dan meningkatkan penjualan. Tujuan pengabdian ini adalah untuk memberikan pendampingan dalam membuat label kelima produk mitra dan disesuaikan dengan keinginan serta kondisi mitra. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah partisipatif dengan melibatkan mitra dalam membuat label kemasan, kualitatif dan kuantitatif yaitu mengetahui keinginan mitra tentang kebutuhan labeling produk berdasarkan hasil wawancara untuk mengetahui kebutuhan mitra. Pengembangan teknologi dengan memberikan pendampingan penggunaan program Canva dalam membuat label kemasan produk mitra. Hasil dari pengabdian ini mitra memiliki lima label kemasan berisikan informasi kekhasan produk, identitas mitra dengan nama Dian Kristawati Tresna Asih Klungkung dan kontak serta alamat media sosial mitra didalamnya berisikan tentang informasi pembuatan, dan jenis olahan okara.

Kata Kunci: identitas produk; informasi produk label; kemasan

How to cite (APA Style)

Kusumaningsih, P., Astuti, N. M. E. O., & Artaningrum, R. G. (2026). Training on pricing, profit, and packaging Dian Kristawati product, in Kemoning Bali. *Jurnal Abmas*, 26(1), 29-38.

Peer review

This article has been peer-reviewed through the journal's standard double-blind peer review, where both the reviewers and authors are anonymised during review.



Copyright

2026, Purwaningtyas Kusumaningsih, Ni Made Erpia Ordani Astuti, Rai Gina Artaningrum. This an open-access is article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author, and source are credited. *Corresponding author: purwak.05@undhirabali.ac.id

INTRODUCTION

Peranan wanita dalam membantu perekonomian keluarga melalui usaha ekonomi kreatif mulai terlihat meningkat sejak wabah COVID-19 melanda dunia termasuk Indonesia. Perempuan tidak hanya bekerja di luar rumah ataupun melakukan pekerjaan rumah tangga akan tetapi secara tidak langsung dituntut untuk kreatif memakai keterampilan khususnya dalam hal memasak untuk dikembangkan ke arah ekonomi. Media sosial dan digital ikut berkembang dan lebih terasa manfaatnya untuk mendukung perekonomian dan dapat menjangkau wilayah yang lebih luas tanpa harus ke tempat yang jauh secara nyata. Keadaan ini sudah tentu dapat menekan biaya akomodasi dan transportasi. Situasi ini berlanjut setelah COVID-19 dapat terkendali, pemberdayaan kaum wanita dan perkembangan Usaha Mikro terus berkembang dan semakin meningkatkan keinginan kaum wanita yang dalam hal ini adalah Ibu rumah tangga di mana waktu mereka lebih banyak di rumah ketimbang di luar rumah untuk belajar mengembangkan ekonomi berbasis digital atau memanfaatkan digital (Lestari *et al.*, 2024; Pradnyani *et al.*, 2025).

Desa Kemoning terletak di Kabupaten Klungkung Bali terdapat sekelompok kaum wanita bernama Dian Kristawati. Anggota Dian Kristawati berjumlah 19 orang dengan rentang usia produktif 22-57 tahun. Sekitar 10 orang, anggota Dian Kristawati merupakan Ibu rumah tangga atau pensiunan yang waktu sehari-hari lebih banyak bekerja di dalam rumah. Mitra telah mendapatkan keterampilan mengolah produk makanan berbahan ampas tahu untuk dikembangkan sebagai produk sirkular ekonomi sekaligus dikembangkan ke arah usaha ekonomi produktif yang bisa menambah penghasilan anggota (Pichlak & Szromek, 2022; Rasid *et al.*, 2024). Bahan ampas tahu dipilih karena di Desa Kemoning ada tiga pembuatan tahu yang setiap harinya menghasilkan 300 kg ampas tahu. Ampas tahu belum dimanfaatkan secara optimal sebagai bahan olahan makanan bergizi, padahal ampas tahu masih memiliki kandungan protein nabati, serat dan mineral yang dibutuhkan oleh tubuh. Bahkan ampas tahu termasuk prebiotik yang dapat menstimulasi pertumbuhan mikroba usus, meningkatkan metabolisme tubuh, imun sistem dan pencegahan radang dan kanker usus (Asghar *et al.*, 2023). Selain itu di kabupaten Klungkung, belum ada usaha yang mengolah ampas tahu menjadi produk makanan yang dikomersialkan. Oleh karena itu kesepuluh anggota Dian Kristawati mendapatkan pelatihan mengolah ampas tahu menjadi olahan keripik, bolu, brownies, kukis dan nugget serta pengembangan pembuatan stiker label kemasan menggunakan digital. Anggota Dian Kristawati diberikan pula pendampingan cara menentukan harga jual produk, dan penghitungan keuntungan antara 10-20% (Cahyono & Nia, 2020; Unzilattirizqi & Rizkiyani, 2022).

Mitra sedang mengembangkan penjualan olahan tersebut dengan menerima pemesanan, namun dari para pemesan belum mengetahui kelebihan dari produk yang dihasilkan oleh mitra dan belum mengetahui tentang ampas tahu serta manfaat kesehatan olahan tersebut. Mitra setelah berdiskusi dengan tim pengabdian mengajukan permasalahan yaitu mitra belum memiliki label kemasan sebagai identitas produk. Memahami permasalahan tersebut tim pengabdian memberikan solusi mendampingi mitra dalam membuat label dari lima produk mitra (Ahsan *et al.*, 2024). Tujuan pengabdian yang dilakukan oleh tim pengabdian untuk memberikan solusi permasalahan dalam perancangan label kemasan sebagai identitas dan informasi kekhasan produk dengan memanfaatkan digital gratis yaitu Canva. Mitra berharap dengan label yang ada dalam kemasan akan dapat meningkatkan pemesanan produk dan memperluas informasi tentang produk mitra agar lebih dikenal. Oleh karena produk olahan ampas tahu belum lama dikembangkan maka sangat diperlukan promosi produk kepada konsumen salah satunya dari label kemasan.

Literature Review

Label Kemasan

Pengemasan produk makanan diutamakan untuk mempermudah produsen dan konsumen dalam membawa produk yang akan dijual dan dibeli. Kemasan dipakai untuk melindungi produk dari paparan lingkungan yang bisa mempengaruhi kualitas mutu dan mencegah pencemaran. Namun seiring berjalannya waktu, kemasan bukan hanya sebagai wadah makanan tetapi juga sebagai *rebranding* atau identitas yang membedakan atau memberikan ciri antara

produk yang berbeda bahkan yang sama (Nurnilasari, 2025). Perkembangan kemasan yang awalnya sangat sederhana, kemudian berkembang seiring dengan perkembangan teknologi menjadikan kemasan suatu *image visual* yang bisa menarik minat konsumen dalam membeli produk. Perkembangan penggunaan label pada kemasan memberikan informasi dan penjelasan secara visual dan verbal tentang produk dan penjual. Informasi tersebut dapat berupa tulisan dan gambar yang dirancang sesuai dengan ciri yang ingin ditonjolkan. Pembuatan label terdiri dari beberapa komponen yang harus termuat di dalamnya seperti: 1) Label produk berisikan penjelasan bahan pembuatan produk; 2) Label merek pilihan kata atau judul yang akan menjadi nama produk dan diletakkan menonjol atau utama di bagian depan label; 3) Label tingkat suatu label yang dilengkapi dengan keterangan mutu produk, diwakilkan dengan angka dan huruf; 4) Label deskriptif dapat berupa cara memasak, kandungan nutrisi, dan nilai khas produk (Kartika *et al.*, 2018; Sari & Sari, 2024).

Label dalam kemasan makanan memiliki fungsi sebagai identitas produk atau merek dagang, dapat sebagai penentu kelas produk, deskripsi atau penjelasan tentang pembuatan produk, lokasi produsen, kandungan bahan dan nutrisi produk, kapan produk dibuat dan kadaluarsa produk, harga produk, cara penggunaan produk dan pengolahan produk, serta memberikan gambaran produk itu sendiri seperti apa melalui gambar yang tertera di label. Penggunaan dan penetapan jenis, bentuk dan bahan label dipengaruhi juga oleh faktor harga produk yang akan dijual, keunggulan bahan produk dan dampak positif produk bagi kesehatan, proses pengolahan, ketersediaan bahan baku, pengenalan produk dan penerimaan konsumen (Hafsi *et al.*, 2023).

Promosi Pemasaran

Pada perkembangan teknologi desain, label kemasan dapat juga dipakai sebagai tempat promosi secara langsung. Karena di dalam label dapat ditambahkan profil perusahaan atau alamat pemilik usaha, kontak pemilik usaha dan alamat media sosial yang apabila dicari di media sosial, konsumen akan lebih mendapatkan promosi produk secara lebih mendetail (Suroso *et al.*, 2025). Bahkan pada label dapat pula dilengkapi dengan profil sejarah pembentukan usaha, visi dan misi usaha, terlebih jika produk terbuat dari bahan daur ulang, mendukung perekonomian sirkular, memakai bahan yang memberikan manfaat kesehatan atau keunggulan kandungan nutrisi di dalam produk kuliner lokal Indonesia (Munarko & Dewantara, 2024; Yulistina *et al.*, 2025; Zahro *et al.*, 2023). Melalui profil tersebut produsen atau mitra dapat menawarkan macam produk yang dihasilkan serta keunggulan produk dibandingkan produk serupa di pasaran, proses pembuatan produk okara dari pembuatan tepung hingga menjadi produk makanan dapat diketahui oleh konsumen, menjadi alur cerita sejarah usaha Dian Kristawati dimulai.

Aplikasi Desain Digital

Desain label kemasan saat ini bukan menjadi hal yang sulit dilakukan, memerlukan biaya yang tinggi dan waktu. Secara digital banyak aplikasi gratis untuk membuat label, salah satunya Canva. Pemakaian desain label yang menarik akan meningkatkan ketertarikan konsumen secara visual, otomatis tertarik untuk memilih produk. Pemilihan desain label menyangkut aspek material yang digunakan, citra yang ingin dibangun, dan disesuaikan topografi dalam pemilihan *font* huruf, tata letak, warna dan ukuran (Imani *et al.*, 2023; Sari & Sari, 2024). Pemilihan topografi dilakukan untuk memilah bagian yang ingin ditonjolkan sebagai kekhasan, keunggulan dan keunikan produk atau supaya produk mudah diingat bahkan deskripsi tentang manfaat kesehatan produk yang menjadi nilai jual. Aplikasi Canva menyediakan berbagai *template* desain label sangat mudah digunakan karena dilengkapi dengan fitur tambahan seperti elemen grafis, tulisan dengan berbagai *font* huruf, dan *editing*. Platform Canva di zaman serba digital membantu dan mendukung para pelaku usaha mikro mendesain dan membuat label makanan yang menarik secara visual dengan kualitas baik, dibuat sendiri tanpa bantuan tenaga profesional dan keahlian khusus, mudah dipelajari oleh siapa pun (Karmila *et al.*, 2024; Nikita *et al.*, 2025; Oktaviani *et al.*, 2025).

METHODS

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di kelompok Dian Kristawati, berlokasi di Desa Kemoning, Kabupaten Klungkung Bali. Waktu kegiatan dilaksanakan antara bulan Juli-Oktobre 2025 dengan melibatkan tiga dosen Universitas Dhyana Pura dengan keahlian dibidang pengolahan pangan, akuntansi dan bioteknologi pangan serta dibantu oleh tiga mahasiswa. Mitra memberikan tempat ruang serbaguna untuk pendampingan pembuatan label dan pelatihan penentuan harga jual dan keuntungan. Pada pelaksanaan tim pengabdian kepada mitra dilakukan berdasarkan kepada beberapa tahapan yaitu 1) Partisipatif: partisipasi mitra dilakukan dengan melibatkan mitra secara langsung dalam proses pembuatan dan perancangan desain label kemasan. Label disesuaikan dengan keinginan mitra dan ditambahkan dengan memasukkan dari tim pengabdian sesuai dengan tujuan pelabelan dan fungsi label berdasarkan teori diselaraskan dengan tujuan mitra untuk meningkatkan pengenalan produk ke masyarakat; 2) Kualitatif dan Kuantitatif: tim pengabdian mengadakan diskusi dan wawancara, kegiatan ini diperlukan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi dan solusi yang diminta oleh mitra sehingga tim pengabdian dapat memberikan solusi sesuai dengan kebutuhan mitra; 3) Pengembangan Teknologi Tepat Guna dengan memanfaatkan aplikasi Canva yang dapat dipergunakan secara gratis oleh mitra untuk membuat label; 4) Observasi dan Evaluasi diperoleh dengan melihat tanggapan dari konsumen yang telah membeli produk yang telah menggunakan label.

RESULTS AND DISCUSSION

Tahapan pertama kegiatan pengabdian dengan memberikan sosialisasi kegiatan pendampingan pembuatan label produk okara. Tim pengabdian memberikan penjelasan peranan penting label untuk memberikan identitas dan deskripsi produk (Karmila et al., 2024). Terlebih lagi produk yang dihasilkan oleh mitra memiliki keunggulan penggunaan tepung ampas tahu yang bebas gluten.

Keunggulan Produk Ampas Tahu

Produk pangan yang diberikan pelatihan oleh tim pengabdian, merupakan pengolahan berbahan ampas tahu yaitu keripik tempe ampas tahu, bolu ampas tahu, kukis ampas tahu dan nugget ampas tahu. Hasil penelitian sebelumnya membuktikan bahwa olahan roti okara memiliki kandungan serat, tinggi protein, rendah kalori dan bebas gluten (Pešić et al., 2023). Sehingga kelima produk tersebut termasuk makanan yang sehat karena rendah gluten, sebab walaupun masih dicampur dengan tepung gandum tetapi perbandingan tepung okara lebih banyak yaitu 37,5% dan 62,5% dari total tepung yang digunakan dalam pembuatan bolu dan kukis. Sedangkan keripik dan nugget bebas gluten, karena keripik memakai campuran tepung tapioka dan ampas tahu dengan perbandingan 1:1. Nugget sama sekali tidak ada campuran tepung selain daging ayam dan ampas tahu. Oleh karena itu perlu tergambar jelas pada label di kemasan keterangan bebas dan rendah gluten untuk memudahkan penerimaan konsumen terhadap manfaat produk yang baru mereka kenal di pasaran (Ahsan et al., 2024). Keseluruhan kegiatan pengabdian antara mitra dan tim pengabdian mewujudkan perekonomian sirkular dengan mengenalkan olahan ampas tahu kepada masyarakat luas di Kabupaten Klungkung ataupun di kalangan kelompok Dian Kristawati di seluruh Bali.

Perancangan Desain Label Produk Ampas Tahu

Pelaksanaan pengabdian dalam mendampingi mitra membuat desain produk olahan ampas tahu, menggunakan aplikasi Canva, diperoleh lima desain label yang siap cetak. Pada desain label mitra meminta menonjolkan ciri khas produk yaitu ampas tahu yang diganti dengan nama internasional okara. Nama produk tidak dibuat seperti merek tetapi tetap sama dengan olahan aslinya hanya ditambahkan okara. Nama dagang tetap digunakan nama kelompok mitra Dian Kristawati Tresna Asih Klungkung. Gambar yang digunakan dalam label diambil dari hasil olahan mitra dengan maksud agar konsumen dapat melihat gambar yang sama dengan aslinya. Pemilihan bahan kemasan dipilih yang cocok untuk makanan dan bentuk produk yang dihasilkan. Ukuran pencetakan label disesuaikan dengan ukuran dan bahan kemasan. Ukuran keripik tempe beragan dari 30 gram hingga 200 gram, bolu okara 20 cm, brownies

ukuran kecil (*small*), kukis dengan toples bulat dan nuget plastik segi empat. Ukuran stiker label dibuat mulai dari 2 cm hingga 6 cm. Bahan stiker vinyl dipilih supaya awet, tidak mudah terkelupas, mengkilat dan tahan air. Deskripsi lainnya yang diminta oleh mitra adalah berat bersih produk, komposisi bahan, keunggulan produk, tanggal pembuatan atau tanggal kadaluarsa, nomor kontak, dan alamat media sosial Instagram (Amalia et al., 2022; Sofia et al., 2024). **Gambar 1** dan **Gambar 2** memperlihatkan rangkaian kegiatan pendampingan.



Gambar 1. Rangkaian Kegiatan Diskusi tentang Pemahaman Label dan Pembuatan Desain Label
Sumber: Dokumentasi Penulis 2025



Gambar 2. Foto Bersama Tim Pengabdian dan Mitra di Akhir Kegiatan Pengabdian
Sumber: Dokumentasi Penulis 2025

Stiker label menambah estetika produk okara mitra ketika dijual menarik perhatian konsumen untuk melihat, karena label yang dibuat tidak hanya berisi nama merek produk tetapi juga komposisi bahan yang digunakan untuk membuat produk, serta tercantum istilah okara yang membuat para konsumen bertanya bagi mereka yang belum mengetahui. Akan tetapi bagi yang sudah tahu tentang okara para konsumen langsung membeli, dan bertanya untuk pemesanan, mereka juga ikut memberikan opini tentang okara yang ternyata bisa diolah menjadi makanan sehat. Label kemasan dapat mewakili kualitas produk dan menambah kepercayaan konsumen untuk membeli (Kusuma et al., 2025; Susilo et al., 2024;). Kondisi ini menunjukkan bagaimana label yang tertera pada kemasan memberikan informasi *verbal*

dan *visual* bagi konsumen untuk menambah daya tarik dan keinginan untuk mencoba produk yang berbeda dari produk lainnya (Sari & Sari, 2024). Pemberian label pada kemasan ikut menentukan harga penjualan produk, namun dengan menggunakan Canva bisa mengurangi pengeluaran jasa desain label yang tergolong mahal. Hanya dikeluarkan biaya cetak sekitar Rp. 8000-, ukuran kertas A3, banyaknya jumlah stiker tergantung dari besarnya ukuran stiker. Apabila dihitung per harga stiker tidak terlalu mahal berkisar Rp. 85-, hingga Rp. 700-,. **Gambar 3** memperlihatkan desain label produk yang telah dikembangkan.



Gambar 3. Desain Label Produk Okara Dian Kristawati Tresna Asih Klungkung
Sumber: Dokumentasi Penulis 2025

Hambatan Pelatihan Desain Label

Kelemahan dari pengenalan pembuatan label dengan aplikasi Canva yang dihadapi oleh tim pengabdian adalah kemampuan mitra untuk belajar menggunakan Canva ketika membuat desain label. Anggota mitra yang adalah kaum wanita tidak semua dengan cepat dapat menggunakan Canva. Terlebih dengan gadget, jadi anggota mitra dengan berumur lebih muda, lebih cepat menangkap. Maka dari itu perlu adanya kerja sama antar anggota mitra dalam pengambilan pekerjaan untuk mengembangkan desain label dikhususkan yang berumur muda (Listyorini *et al.*, 2024). Sebab label yang telah dibuat masih bisa dikembangkan dengan penambahan nomor ijin berusaha atau PIRT setelah usaha kelompok wanita Dian Kristawati di masa akan datang semakin berkembang atau penambahan inovasi jenis *snack* atau kue yang dijual dan belum ada labelnya (Pradnyani *et al.*, 2025). Layanan internet di Desa Kemoning sangat bagus, sinyal kuat dan mitra memiliki gadget sehingga tidak masalah dengan penggunaan Canva. Mitra sudah mengenal tentang internet dan hampir semua memiliki media sosial dan bisa mengunggah kegiatan mereka di *platform* seperti Instagram, Facebook dan YouTube. Bukan hal yang asing bagi mitra menggunakan aplikasi digital, hanya saat ini mereka baru tahu Canva yang dikenalkan dan diajarkan oleh tim pengabdian. Pada pengabdian ini indikator tercapainya dari kegiatan pendampingan adalah mitra dapat membuat sendiri label sesuai dengan kebutuhan (Tari & Pratiwi, 2023; Zahro *et al.*, 2023). **Gambar 4** memperlihatkan label stiker pada produk okara.



Gambar 4. Label Stiker pada Produk Okara
Sumber: Dokumentasi Penulis 2025

Evaluasi dan Penggunaan Label Produk

Bagian terpenting dalam evaluasi terhadap label yang telah dibuat oleh mitra mencerminkan identitas nama mitra Dian Kristawati Tresna Asih Klungkung dan okara sebagai pembeda produk keripik, bolu, brownies, kukis dan nugel yang ada di pasaran, sehingga dengan mudah dikenal oleh konsumen. Meskipun tetap menyertakan nama makanan yang lazim di pasaran namun label mitra telah dirancang berdasarkan filosofi, visi dan misi yang berkaitan dengan usaha kecil mitra dengan menciptakan olahan *recycle* dari ampas tahu. Penambahan kata “Okara” menjadi keunikan yang membedakan dari produsen lainnya, hanya Dian Kristawati membuat olahan dari ampas tahu sebagai entitas usaha (Sudrajat *et al.*, 2025; Yulistika *et al.*, 2023).



Gambar 5. Penjualan produk okara Dian Kristawati Tresna Asih Klungkung yang telah diberi label
Sumber: Dokumentasi Penulis 2025

Pada saat penjualan produk okara di kegiatan Festival Seni GKPB 1 November 2025 (lihat **Gambar 5**) sekaligus memperkenalkan olahan okara Dian Kristawati Tresna Asih Klungkung. Label pada kemasan meningkatkan ketertarikan konsumen untuk bertanya mengenai produk yang dijual. Kebanyakan konsumen bertanya tentang apa itu okara, kelebihan produk berbahan okara dan bagaimana cara membuatnya, itu yang belum mengetahui. Bagi konsumen yang tahu tentang okara mereka kagum bahwa okara bisa diolah menjadi makanan dan *snack* yang setahu mereka hanya digunakan sebagai pakan ternak. Banyak pula konsumen yang tahu kalau ampas tahu atau okara yang berasal dari kedelai bebas gluten. Kandungan perbandingan okara sebagai pengganti tepung dalam olahan kue menjadikan produk tersebut rendah gluten (Parbowo & Tanone, 2025). Konsumen yang tahu manfaat kesehatan, menerima dengan baik dengan adanya produk mitra. Konsumen setelah tahu komponen bahan yang tertulis pada label, memaklumi jika harga produk disesuaikan dengan harga bahan. Deskripsi komposisi bahan produk pada label, menjadi informasi bagi konsumen untuk mengerti bahan yang dipakai bukan bahan sembarangan atau murah (Aisyah & Fadli, 2024). Harga per produk, keripik dengan berat bersih 100 gr dijual dengan harga Rp. 15.000,-. Bolu dan brownies masing-masing ukuran 20 cm dan berat 250 gr dijual dengan harga Rp. 45.000,-. Nuget empat potong dijual Rp. 15.000,-, dan kukis 200 gr seharga Rp. 35.000,-. Tidak ada satupun konsumen komplain dengan harga karena mereka sudah melihat komposisi bahan, keunggulan dan keunikan produk. Hal ini menunjukkan label yang dibuat telah berhasil menarik rasa penasaran konsumen, menggali pengetahuan konsumen dan minat konsumen untuk membeli produk. Produk terjual habis dengan modal Rp. 400.000,-, mitra memperoleh untung Rp. 1.100.000,-.

CONCLUSION

Simpulan yang diperoleh dari pelaksanaan pengabdian oleh tim pengabdian kepada mitra, mitra dapat membuat secara mandiri label produk sesuai keinginan dan kebutuhan. Pada akhir pengabdian mitra memiliki label produk keripik, bolu, brownies, kukis dan nugget dengan menonjolkan kekhasan bahan yaitu ampas tahu yang diganti dengan nama okara, keunggulan produk yang rendah gluten, identitas mitra Dian Kristawati Tresna Asih Klungkung disertai lokasi alamat dan kontak untuk mempermudah pemesanan. Melalui label tersebut konsumen sudah mendapatkan informasi keunggulan produk, keunikan produk, manfaat kesehatan produk, nama mitra, alamat lokasi, media sosial mitra, dan kontak mitra, sesuai dengan komponen label serta memenuhi tujuan pengabdian. Memberikan solusi terhadap permasalahan mitra mengenai cara membuat pelabelan kemasan bertujuan untuk mengenalkan produk berbahan ampas tahu, meningkatkan pemasaran dan promosi produk melalui label. Sebagai keberlanjutan pendampingan program disarankan kedepan perlu ditambahkan pelatihan pembuatan *website* akun media sosial Dian Kristawati bertujuan untuk memberikan *visual* atau video pengenalan produk, dimulai dari persiapan bahan ampas tahu dan pembuatan tepung ampas tahu sebagai bahan produk, pengolahan produk hingga produk yang telah jadi beserta harga produk dan lokasi produsen Dian Kristawati. Melalui akun media sosial tersebut diharapkan akan membuka pengetahuan dan minat konsumen untuk mencoba, membeli dan wadah menerima masukan kualitas produk sehingga Dian Kristawati dapat meningkatkan kualitas sekaligus memenuhi permintaan konsumen. Media sosial menjadi sarana interaktif antara mitra dan konsumen secara positif.

AUTHOR'S NOTE

Tim pengabdian menyatakan bahwa selama kegiatan pengabdian hingga penulisan dan publikasi artikel tidak ada konflik kepentingan dengan pihak tertentu. Penulisan artikel ini bebas dari plagiarisme. Tim pengabdian dalam menulis artikel ini bebas dari plagiarisme. Tim pengabdian mengucapkan terima kasih atas dukungan Hibah DPPM Kemendikbudristek 2025, mitra Dian Kristawati Tresna Asih Klungkung, usaha tahu Bu Agung dan Rahmat Rezeki, dan Warung Bagus sehingga pelaksanaan pengabdian ini dapat diselesaikan dengan lancar.

REFERENCES

- Ahsan, J., Sibarani, C. G. G. T., & Umar, A. T. (2024). Pendampingan pembuatan label, kemasan, dan desain pada umkm aneka kue di Desa Laut Dendang, Percut Sei Tuan, Deli Serdang, Sumatera Utara. *Journal of Human and Education (JAHE)*, 4(4), 263-268.
- Aisyah, S., & Fadli, U. M. D. (2024). Pengaruh harga dan kemasan terhadap keputusan pembelian pada Toko Inicake Brownies. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 2(4), 579-589.
- Amalia, A., Nursal, F. K., & Nining, N. (2022). Pemilihan bahan dan bentuk kemasan untuk produk rumahan di LPKA II Bandung. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 2(1), 29-36.
- Asghar, A., Afzaal, M., Saeed, F., Ahmed, A., Ateeq, H., Shah, Y. A., Islam, F., Hussain, M., Akram, N., & Shah, M. A. (2023). Valorization and food applications of okara (soybean residue): a concurrent review. *Food Science and Nutrition*, 11(7), 3631–3640.
- Cahyono, W., & Nia, M. (2020). Analisis potensi ekonomi pengembangan ampas tahu menjadi produk nugget. *Jurnal Online Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 5(3), 110-119.
- Hafsi, A. R., Amalia, L., Jannah, U. R., & Supardi, L. Penguatan ekonomi kerakyatan melalui pelatihan pembuatan label dan pemasaran produk homemade. *Tekmulogi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1-12.
- Imani, R. D., Sucipto, H., Afridah, N., Syaifulloh, M., & Riono, S. B. (2023). Penyuluhan pentingnya label pada kemasan produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Randusanga Wetan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Citakarya*, 1(1), 43-55.
- Karmila, M., Katiah, K., Marlina, M., Puspitasari, F., & Andarini, A. (2024). Brand logo design training for the small-medium batik enterprise. *Jurnal Abmas*, 24(1), 1-8.
- Kartika, L. G. S., Antara, A. S. A. A. S., & Rinarta, K. (2018). Penyuluhan pengemasan dan pemberian label kemasan pada usaha minuman tradisional di Mangupura Kabupaten Badung. *Widyabhakti Jurnal Ilmiah Populer*, 1(1), 86-90.
- Kusuma, T. H., Yuliana, N., Ratnawati, D. P., Habiba, C., & Prayogo, A. (2025). Optimalisasi desain produk UMKM Vanie Honey: pendampingan pembuatan label dan packaging untuk meningkatkan daya tarik pasar. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Lokal*, 8(1), 348-354.
- Lestari, K. S., Fadhilsyah, M., Saputra, D. E., Adinda, A. T., Lestari, A., Ratu, M. K., & Mutaqin, Z. (2024). Pemberdayaan wanita melalui pemanfaatan tahu menjadi produk tahu walik di Desa Alai, Kecamatan Lembak, Kabupaten Muara Enim. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(3), 2771-2780.
- Listyorini, T., Supriyati, E., & Iqbal, M. (2024). Branding produk pada UMKM di PMKM Prima Kudus dengan memanfaatkan aplikasi Canva. *Jurpikat (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)*, 5(2), 380-386.
- Munarko, H., & Dewantara, D. (2024). Pelatihan label kemasan produk sebagai upaya peningkatan kualitas produk UMKM Cahaya di Dusun Krajan Desa Giripurno, Kota Batu. *Kifah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1-10.
- Nikita, N. E. S., Alam, S. S. A. C., Setiani, D. R., Fitriyani, A., Fantikasari, M. D., & Cahyani, P. D. (2025). Inovasi pengemasan dan pelabelan dengan aplikasi Canva pada usaha kecil menengah Taman Kuliner Gajah Wongso. *Gervasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(1), 54-66.
- Nurnilasari, N. (2025). Peran kemasan terhadap kinerja penjualan. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 14(3), 1318-1326.
- Oktaviani, W., Suminar, S., Solehudin, S., & Adawiyah, E. R. (2025). Pelatihan pembuatan kemasan melalui media Canva untuk meningkatkan nilai jual produk UMKM di Desa Buniara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(12), 5947-5954.

- Pešić, M. B., Pešić, M. M., Bezbradica, J., Stanojević, A. B., Ivković, P., Milinčić, D. D., ... & Stanojević, S. P. (2023). Okara-enriched gluten-free bread: nutritional, antioxidant and sensory properties. *Molecules*, 28(10), 4098.
- Pichlak, M., & Szromek, A. R. (2022). Linking eco-innovation and circular economy—a conceptual approach. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 1–14.
- Prabowo, I. D. P., & Tanone, C. F. (2025). Physical and chemical characteristics of gluten-free cookies based on the variation of mocaf flour and tofu dregs flour proportions: karakteristik fisik dan kimia cookies gluten-free berdasarkan variasi proporsi tepung mocaf dan tepung ampas tahu. *Jitipari (Jurnal Ilmiah Teknologi dan Industri Pangan UNISRI)*, 10(2), 148-155.
- Pradnyani, I. G. A. A., Genadi, Y. D., Rahayu, N., Anwar, A., & Saraswati, I. A. P. (2025). Kemasan produk dan pelabelan untuk menciptakan nilai tambah pada produk olahan keripik pisang Desa Kopang Lombok Tengah. *Jurnal Abdimas Sangkabira*, 6(1), 58-67.
- Rasid, A. U., Masiaga, N., Misilu, S., Suleman, M., Usman, M., Hula, P. A., Suaiba, I., Matolodula, R., Husin, W., Tonuo, L. P., Nawingka, N., Moohula, Pontoh, F. F., & Saleh, R. (2024). Pemanfaatan ampas tahu dalam upaya pengembangan potensi usaha masyarakat. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(4), 5519–5525.
- Sari, S. P., & Sari, N. D. (2024). Re-design identitas visual produk usaha “Kentang Mustafa Dapoer Bunda”. *Creativa Scientia*, 1(2), 62-77.
- Sofia, S., Kahinah, D. I., Rahayu, A., Mufti, D., Kiram, I., & Parany, H. D. (2024). Perancangan desain label, kemasan dan penetapan bauran pemasaran untuk meningkatkan omset pelaku usaha mikro. *Ejoin: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(5), 781-795.
- Sudrajat, A., Susanto, D., & Isty, G. M. N. (2025). Penerapan ekonomi sirkular melalui sistem pertanian terpadu berbasis zero waste untuk meningkatkan ketahanan pangan di Desa Sendangtirto, Berbah, Kabupaten Sleman Yogyakarta. *Journal of Sustainable Agriculture Extension*, 3(1), 14-21.
- Suroso, E., Indraningtyas, L., Satyajaya, W., Nur, M., Yuliandari, P., Haidawati, H., & Widaputri, S. (2025). Pelatihan pengembangan desain kemasan dan label produk cookies di kota metro. *Jurnal Pengabdian Fakultas Pertanian Universitas Lampung*, 4(1), 84-90.
- Susilo, S., Prestianawati, S. A. ., Husain, H. A. ., Kusuma, W. C. ., Septianto, D. ., Pasya, S. ., Percy, K. A. ., & Fawwaz, M. . (2025). Strategi pemasaran melalui pengembangan label merek dagang pada produk UMKM Desa Sumbertempur Kabupaten Malang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1.1), 691-697.
- Tari, L. R. W., & Pratiwi, T. K. (2023). Pendampingan pembuatan kemasan label olahan Jamu Bathok Bu Tatik sebagai implementasi manajemen branding dan digital marketing UMKM Kelurahan Wonorejo. *Jurnal Masyarakat Mengabdi Nusantara*, 2(3), 44-51.
- Unzilattirrizqi, Y. E. R., & Rizkiyani, S. S. (2022). Pemanfaatan limbah ampas tahu menjadi bolu batik kukus terhadap tingkat kesukaan. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(7), 2573-2578.
- Yulistika, E., Suprihatin, S., & Purwoko, P. (2023). Potensi penerapan konsep ekonomi sirkular untuk pengembangan industri tahu yang berkelanjutan. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 33(3), 254-266.
- Yulistina, Y., Khoirina, S., Rizaldy, R., & Paramita, C. C. P. (2025). Analisis dampak ekonomi sirkular terhadap keberlanjutan bisnis di industri kreatif kuliner lokal di Indonesia. *Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan*, 3(02), 68-74.
- Zahro, L., Hikmah, N., Solihin, M. R., Binnaja, A. F. F., Maulina, N. P., & Nastiti, H. O. A. (2023). Perancangan desain label kemasan, company profile, dan standing banner untuk meningkatkan nilai jual produk “Maznah Nais”. *Jurnal PkM (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 6(5), 506-515.