

Peran Kemasan Dan Labeling Dalam Meningkatkan Nilai Jual Produk Anggur Laut Di PT Juku Sulawesi Internasional (Kecamatan Somba Opu, Kabupaten Gowa)

Arman Rasid^{*1}, Akmal Abdullah², Andi Baso Adil Natsir³

¹⁻³ Program Studi Agribisnis Perikanan, Jurusan Bisnis, Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan

*Penulis Korespondensi: armanrasid26@gmail.com

Abstract. *Sea grapes are among the most profitable marine products; however, current packaging and labeling practices remain factors that limit their market value. This study aims to analyze the role of packaging and labeling in enhancing the market value of sea grapes, employing a descriptive method and a qualitative approach. Data collection involved observation, interviews, and documentation, while analysis proceeded through stages of data collection, data reduction, presentation, and finally, conclusion and verification. Ultimately, packaging plays a crucial role in adding value to sea grapes by ensuring product protection, enhancing visual appeal, facilitating brand development, and easing distribution. Labeling is equally important for providing information, building consumer trust, meeting required standards, and differentiating the product from similar offerings in the market. The product's market value is bolstered by high quality, attractive packaging design, comprehensive label information, and growing consumer awareness regarding food safety; conversely, obstacles include relatively high packaging production costs, limited design innovation, intense competition from similar products, and limited market reach.*

Keywords: *Product Packaging, Product Labeling, Selling Value, Sea Grapes, Product Competitiveness*

Abstrak. Anggur dari lautan merupakan salah satu produk laut yang paling menguntungkan. Namun saat ini kemasan dan penandaan produk ini masih menjadi salah satu faktor yang membatasi nilai jualnya. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis peran kemasan dan labeling dalam meningkatkan nilai jual produk anggur laut, dengan metode deskriptif dan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan, wawancara dan dokumentasi sementara analisis dilakukan melalui berbagai tahapan pengumpulan data, pengurangan data, presentasi dan akhirnya kesimpulan dan verifikasi. Di akhir peran yang dimainkan oleh pengemasan sangat penting untuk menambah nilai dari anggur laut melalui perlindungan produk, daya tarik, pengembangan merek dan kemudahan dalam distribusi. Mengenai pelabelan tersebut, sama pentingnya dalam memberikan informasi, membangun kepercayaan konsumen, memenuhi standar yang diperlukan dan membuat produk berbeda sekaligus produk yang serupa di pasar. Nilai jual produk didukung oleh kualitas produk yang baik, desain kemasan yang menarik, kelengkapan informasi label, dan kesadaran konsumen terhadap keamanan pangan yang terus meningkat — sementara penghambatnya adalah biaya produksi kemasan yang relatif tinggi, terbatasnya inovasi desain, ketatnya persaingan produk sejenis, dan jangkauan pemasaran yang belum luas.

Kata Kunci: Kemasan Produk, Labeling Produk, Nilai Jual, Anggur Laut, Daya Saing Produk

1. LATAR BELAKANG

Wilayah Indonesia terdiri dari perairan laut yang menutupi 65% dari luas wilayah daratan Indonesia dan menyebar sepanjang garis pantai sekitar 81.000 km sehingga menempatkan Indonesia sebagai salah satu negara maritim terkemuka di dunia (Arie & Putra, 2025). Karakteristik geografis yang khusus ini memberikan arti ekonomi yang tinggi bagi keanekaragaman hayati laut. Sebagai contoh ada anggur laut (*Caulerpa* sp.).

Anggur laut tidak hanya ditawarkan sebagai bahan baku yang digunakan untuk produksi makanan di pasar lokal tetapi juga karena nilai gizi yang baik dari alga laut ini ada potensi besar untuk pengolahan alga laut menjadi produk berharga. Namun dalam kenyataannya, seringkali ada hambatan yang menghalangi agar nilai jual alga laut ini dapat dimaksimalkan sehingga posisi alga laut di pasar komersial masih jauh dari ideal. Secara umum ada dua faktor yang menjadi penyebab dari hambatan tersebut yaitu penampilan produk yang tidak menarik dan perlindungan kemasan yang tidak layak.

Proses pengemasan dan penandaan akan dapat menyelesaikan persoalan ini hingga tingkat tertentu. Proses perlindungan melalui pengemasan menjamin bahwa ketahanan dan kebersihan produk dijamin. Dalam hal penandaan mendukung dalam memastikan secara detail mengenai bahan-bahan, kandungan gizi, umur simpan yang diperkirakan dan legalitas produk menjadi transparan. Hal ini menambah kredibilitas produk dari sudut pandang pelanggan yang potensial (Parassih & Susanto, 2021; Kasus *et al.*, 2023).

Melalui perbaikan format kemasan dan pelabelan, PT Juku Sulawesi Internasional akan mencoba memanfaatkan peluang di Distrik Somba Opu, Kabupaten Gowa dengan menggunakan kemasan yang ramah lingkungan dan higienis serta dilengkapi dengan pelabelan yang lengkap sebagai pendekatan strategis dalam mengembangkan citra positif produk di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perbaikan pada karakteristik kemasan dan pelabelan dapat meningkatkan harga dan daya saing produk gurita laut di perusahaan tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Bagian Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk mengeksplorasi fenomena peran kemasan dan pelabelan secara menyeluruh (Safarudin *et al.*, 2023).

Lokasi penelitian akan dilakukan di PT Juku Sulawesi Internasional, Kecamatan Somba Opu, Kabupaten Gowa yang telah dilakukan selama sekitar 6 bulan.

Para partisipan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* karena tingkat keterlibatan dan pemahamannya sangat tinggi terhadap pengelolaan peternakan perikanan laut. Hal ini mencakup manajer, divisi produksi, divisi pemasaran dan konsumen produk

tersebut. Jumlah informan dibatasi berdasarkan titik dimana data sudah mencapai titik jenuh.

Tabel 1. Daftar Informan Penelitian

Kode Informan	Pekerjaan/Kedudukan	Keterangan
Informan 1	Pemilik Usaha Anggur Laut	Informan Utama
Informan 2	Bagian Produksi	Informan Utama
Informan 3	Bagian Pemasaran	Informan Utama
Informan 4	Konsumen Produk Anggur Laut	Informan Pendukung
Informan 5	Konsumen Produk Anggur Laut	Informan Pendukung

Data primer dan sekunder dikumpulkan lewat tiga instrumen: pengamatan langsung (observasi) atas alur pengemasan, pelabelan, dan penanganan produk; wawancara mendalam (*in-depth interview*); serta studi dokumentasi terhadap arsip usaha dan dokumentasi visual produk.

Data dianalisis secara interaktif mengikuti model Miles dan Huberman, mencakup kondensasi atau reduksi data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan dan verifikasi. Tolak ukur keabsahan data diamati dengan tiga bentuk triangulasi yaitu triangulasi teknis, triangulasi sumber dan triangulasi waktu (Susanto & Jailani, 2023).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Peran Kemasan dalam Meningkatkan Nilai Jual Produk

Dari pengamatan lapangan dapat dijelaskan bahwa kemasan dari PT Juku Sulawesi Internasional memiliki efek positif pada persaingan dan harga dari hasil laut. Efek positif ini dapat dilihat dari empat poin berikut.

1. Perlindungan produk (*product protection*). Anggur laut merupakan komoditas penting yang rawan terhadap penurunan kualitas baik secara fisik maupun kimia. Kemasan yang kuat dan kedap udara melindungi mereka dari infeksi mikroba, kehilangan kesegaran, kelembapan dan kerusakan selama perjalanan produk untuk mencapai konsumen.

2. Daya tarik visual (*visual appeal*). Sebelumnya produk-produk tersebut dikemas dalam paket plastik sederhana dan polos. Sekarang sejak penerapan sistem kemasan yang indah dan tampilan produk tersebut jauh lebih profesional dan elegan.
3. Pembentukan citra merek (*brand image*). Kemasan juga bisa menjadi sarana untuk menyampaikan citra perusahaan. Melalui kombinasi secara keseluruhan dari warna, logo dan desain tata letak, anggur laut dari PT Juku Sulawesi Internasional sebagaimana dikenal sebagai produk berkualitas tinggi di antara barang-barang dalam jumlah besar.
4. Kemudahan logistik dan distribusi. Ergonomis dalam desain kemasan memungkinkan penyimpanan yang efisien di gudang sehingga membantu meningkatkan penempatan rak di toko ritel serta keamanan saat transit saat barang tersebut dikirim dari satu kota ke kota lain atau diekspor ke luar negeri.

3.2 Peran Labeling dalam Meningkatkan Nilai Jual Produk

Selain kemasan, terdapat label penting lainnya yang mempengaruhi persepsi konsumen sebelum mereka membeli. Setidaknya terdapat empat indikator, yaitu sebagai berikut.

1. Transparansi informasi produk. Nama produk, berat bersih, daftar bahan, tanggal pembuatan, tanggal kedaluwarsa dan petunjuk penerapannya secara keseluruhan ditulis dengan jelas agar konsumen mampu mengetahui semuanya.
2. Sangat diperlukan bagi produk untuk memenuhi standar regulasi karena nomor pendaftaran BPOM/P-IRT dan sertifikasi Halal merupakan sebuah label bahwa produk tersebut aman dan memenuhi regulasi yang ditetapkan oleh negara.
3. Komunikasi pemasaran implisit. Label berfungsi sebagai seorang penjual diam yang menjelaskan pesan mengenai nilai gizi dan aspek kesehatan produk kepada konsumen.
4. Diferensiasi produk. Logo dan tata letak label yang khas memberi identitas pembeda yang tegas dari produk pesaing di pasar.

Tabel 2. Tabulasi Hasil Wawancara Mendalam

Informan	Kutipan Pernyataan (Inklusi Wawancara)
Informan 1 (Pemilik)	<i>“Sebelum menggunakan kemasan yang sekarang, produk anggur laut dipasarkan hanya menggunakan kantong plastik biasa. Setelah penerapan desain kemasan modern disertai identitas label yang jelas, menumbuhkan kepercayaan kepada konsumen karena produk terkesan lebih higienis dan terpercaya”</i>
Informan 2 (Produksi)	<i>“Kemasan yang menarik membuat produk lebih menonjol dibandingkan produk lain. Label juga penting karena konsumen bisa mengetahui informasi tentang produk yang akan dibeli sehingga lebih yakin untuk melakukan pembelian.”</i>
Informan 3 (Pemasaran)	<i>“Kemasan sangat membantu dalam menjaga kondisi produk saat dikirim ke konsumen. Sementara itu, label yang mencantumkan nama usaha dapat menjadi sarana promosi karena konsumen akan lebih mudah mengenali produk.”</i>
Informan 4 (Konsumen)	<i>“Konsumen sekarang lebih teliti sebelum membeli produk. Mereka biasanya melihat tanggal kedaluwarsa dan informasi produsen. Jika labelnya lengkap, konsumen akan lebih percaya terhadap produk tersebut.”</i>
Informan 5 (Konsumen)	<i>“Setelah kemasan diperbaiki dan label dilengkapi, produk terlihat lebih berkualitas. Konsumen bersedia membeli dengan harga yang lebih tinggi karena produk dianggap lebih aman dan profesional.”</i>

3.3 Integrasi Kemasan dan Labeling dalam Mendorong Nilai Jual

Hal tersebut dikarenakan kemasan higienis bersama dengan kemasan yang menarik dan label yang informatif merupakan kombinasi sinergis yang menambah nilai tambah dari PT Juku Sulawesi Internasional. Aspek visual dari kemasan tersebut menciptakan minat konsumen (*initial attraction*). Sebaliknya, penyediaan informasi yang luas terhadap label menciptakan dasar logis bagi pembelian. Kedua aspek ini memiliki pengaruh langsung terhadap pertumbuhan jumlah penjualan, pembentukan peluang untuk penetapan harga premium dan penguatan yang konsisten dari kemampuan kompetitif perusahaan.

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan di atas, ada tiga hal yang bisa disimpulkan yaitu sebagai berikut.

1. Untuk PT Juku Sulawesi Internasional kemasan bukan hanya dilihat sebagai pembungkus produk mereka, melainkan juga faktor yang diperlukan ketika harga jual hasil laut kian naik karena berbagai alasan seperti perlindungan fisik, tampilan visual yang bagus.
2. *Labeling* dilakukan pada produk sebagai cara penyampaian informasi produk, sebagai cara untuk mematuhi aturan hukum makanan, sebagai cara komunikasi pemasaran dan sebagai pembeda produk dari produk lain yang bersaing di pasar.
3. Jika kemasan yang baik disertai dengan label yang tepat maka akan meningkatkan kepercayaan pelanggan, meningkatkan daya minat pembelian, meningkatkan persaingan di pasar serta memungkinkan untuk menetapkan harga yang lebih tinggi.

DAFTAR REFERENSI

- Arie, & Putra. (2025). Potensi Bahari dan Strategi Pengemasan Produk Kelautan Indonesia. *Jurnal Agribisnis Pesisir*, 12(1), 45-58.
- Kasus, A., dkk. (2023). Implikasi Undang-Undang Pangan terhadap Ketentuan Pelabelan Produk Olahan. *Jurnal Hukum dan Ekonomi*, 10(1), 55-68.
- Parassih, S., & Susanto, T. (2021). Pengaruh Desain Visual Kemasan dan Informasi Label terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Pemasaran Modern*, 9(2), 88-99.
- Safarudin, dkk. (2023). Pendekatan Kualitatif Deskriptif dalam Penelitian Sosial dan Ekonomi. Bandung: Pustaka Ilmu.
- Susanto, H., & Jailani, M. (2023). Metodologi Penelitian Kualitatif dan Uji Keabsahan Data Triangulasi. Yogyakarta: Deepublish.