



Submitted Date: January 24, 2026

Accepted Date: February 26, 2026

Editor-Reviewer Article: I Made Mudita & Eny Puspani

**STRATEGI PENGEMASAN DAN PELABELAN PRODUK SOSIS
Studi Kasus di BUMDes Wahyu Karya Sedana Desa Pempatan,
Karangasem, Bali**

Arzaki, T., B. R. T. Putri, dan N. W. T. Inggriati

PS Sarjana Peternakan, Fakultas Peternakan Universitas Udayana, Denpasar, Bali
e-mail: thorikarzaki@student.unud.ac.id, Telp. +62 812-4797-1218

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengemasan dan pelabelan produk sosis, serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi oleh BUMDes Wahyu Karya Sedana di Desa Pempatan, Kecamatan Rendang, Kabupaten Karangasem, Bali. Dalam merumuskan strategi tersebut, penelitian ini menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif (*Mixed Methods*). Penelitian ini berlangsung selama tiga bulan dengan melibatkan 45 responden konsumen yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dalam pengisian kuesioner. Pengambilan data melibatkan tiga responden ahli melalui observasi, dokumentasi, wawancara mendalam, serta penentuan faktor internal eksternal. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu 1) Analisis IFE-EFE; 2) Analisis IE; dan 3) Analisis SWOT. Hasil analisa menunjukkan bahwa kekuatan utama produk sosis BUMDes Wahyu Karya Sedana terletak pada penggunaan kemasan vakum yang mampu menjaga kualitas dan daya simpan produk, sedangkan kelemahan utama terletak pada desain visual kemasan yang belum memiliki daya tarik. Peluang utama terletak pada pemanfaatan sosial media dan *e-commerce* sebagai perluasan pasar sedangkan ancaman utama berasal dari komparasi persepsi konsumen terhadap pesaing. Penelitian ini menunjukkan bahwa posisi dari produk sosis BUMDes Wahyu Karya Sedana berada pada sel VIII (panen atau divestasi) dalam matriks IE dengan nilai IFE 2.09 dan EFE 1.86 yang menunjukkan perlunya perbaikan eksternal secara mendasar, dengan memanfaatkan 8 alternatif strategi yang didapatkan berdasarkan hasil penelitian.

Kata kunci: Strategi Pengemasan, Pelabelan Produk, Sosis, BUMDes, Analisis SWOT

**PACKAGING AND LABELING STRATEGY FOR SAUSAGE
PRODUCTS: A Case Study at BUMDes Wahyu Karya Sedana, Pempatan
Village, Karangasem, Bali**

ABSTRACT

This study aims to identify and describe the packaging and labeling strategies for sausage products, as well as analyze the obstacles faced by BUMDes Wahyu Karya Sedana in

Pempatan Village, Karangasem, Bali. In formulating these strategies, this study combines qualitative and quantitative methods (Mixed Methods). This study lasted for three months and involved 45 consumer respondents who were selected using purposive sampling in filling out questionnaires. Data collection involved three expert respondents through observation, documentation, in-depth interviews, and the determination of internal and external factors. The analyses used in this study were 1) IFE-EFE analysis; 2) IE analysis; and 3) SWOT analysis. The results of the IFE-EFE analysis show that BUMDes sausage products already use vacuum packaging (major strength), but the visual design of the packaging used is still not attractive (major weakness), there is potential for market expansion by utilizing social media and e-commerce (major opportunity), and there is a comparison of consumer perceptions of competitors (major threat). This study shows that the BUMDes Wahyu Karya Sedana sausage product is positioned in cell VIII (harvesting or divestment) of the IE matrix, with an IFE value of 2.09 and an EFE value of 1.86, indicating the need for fundamental external improvements by utilizing eight alternative strategies based on the study's findings.

Key words: *Packaging Strategy, Product Labeling, BUMDes, SWOT Analysis*

PENDAHULUAN

BUMDes merupakan badan usaha yang dimiliki dan dikelola oleh pemerintah desa atau masyarakat desa dengan tujuan untuk mengembangkan potensi ekonomi di tingkat desa, meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan desa. BUMDes Wahyu Karya Sedana merupakan Badan Usaha Milik Desa yang berada di Desa Pempatan, Karangasem, Bali, yang memiliki unit usaha produksi sosis. Produk sosis sendiri merupakan pangan olahan daging bernilai gizi tinggi yang permintaannya terus meningkat di Indonesia seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat (Putri *et al.*, 2022). Namun, BUMDes Wahyu Karya Sedana masih menghadapi kendala dalam pengembangan usahanya. Saat ini, pemasaran sosis masih terbatas pada metode *personal selling* dan situs Pemerintah Kabupaten Karangasem. Selain itu, aspek pengemasan dan pelabelan produk dinilai belum efektif dalam menarik minat pasar yang lebih luas. Strategi pengemasan sangat krusial karena berfungsi melindungi produk dari kontaminasi, menjaga mutu selama distribusi, serta menjadi media komunikasi visual kepada konsumen (Putri *et al.*, 2021; Prasetyo dan Lestari, 2023). Label produk juga memiliki peran yang tidak kalah penting sebagai tanda pengenal yang memuat informasi objektif mengenai komposisi, tanggal kedaluwarsa, dan legalitas produk (Wibowo, 2022). Tanpa strategi pengemasan dan pelabelan yang profesional, produk akan sulit bersaing dengan kompetitor pabrikan yang sudah mapan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memperkuat posisi produk sosis BUMDes Wahyu Karya Sedana di pasar melalui perbaikan identitas visual dan legalitas.

Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian mengenai strategi pengemasan dan pelabelan produk sosis ini penting untuk dilakukan guna memperkuat posisi produk sosis BUMDes Wahyu Karya Sedana di pasar, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memperluas pangsa pasar. Selain itu, strategi ini juga dapat memberikan keuntungan jangka panjang dalam membangun merek yang kuat dan membangun hubungan dengan konsumen.

MATERI DAN METODE

Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian survei. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah daripada melihat permasalahan penelitian secara umum dan metode kuantitatif merupakan data dari metode kualitatif yang didapatkan selanjutnya dilakukan perhitungan yang menghasilkan nilai tertentu. Penelitian ini dibantu dengan kuesioner.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di BUMDes Wahyu Karya Sedana dengan pemilihan lokasi pengambilan sampel ditentukan melalui metode *purposive sampling*, yaitu konsumen di Kota Denpasar, Kabupaten Karangasem, dan Kabupaten Badung yang pernah melakukan pembelian sosis produksi BUMDes Wahyu Karya Sedana. Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan dari bulan Juli 2024 – September 2024.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen sosis produksi BUMDes Wahyu Karya Sedana di Denpasar, Karangasem, Badung. Sampel yang digunakan dalam penelitian meliputi 45 orang sebagai responden konsumen serta 3 orang sebagai responden ahli.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif, dengan sumber data primer yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan serta sumber data sekunder yang diperoleh dari literatur, data internal perusahaan, serta data dari instansi terkait penelitian ini.

Variabel, Instrumen dan Teknik Pengumpulan data Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi karakteristik konsumen, perilaku konsumen, kemasan, manajemen usaha BUMDes Wahyu Karya Sedana, kondisi lingkungan internal dan eksternal, serta strategi pengemasan dan pelabelan sosis produksi BUMDes Wahyu

Karya Sedana. Instrumen penelitian ini berupa kuesioner yang terstruktur, yang dilengkapi dengan pertanyaan tertutup dan terbuka. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik observasi, *in depth interview* secara langsung, dan wawancara dengan bantuan kuesioner.

Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan analisis *Internal Factor Evaluation* dan *Eksternal Factor Evaluation* (IFE-EFE), analisis IE, dan analisis SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Desa Pempatan merupakan salah satu desa di Kecamatan Rendang, Kabupaten Karangasem, Provinsi Bali, dengan luas 5.377,887 Ha dan jumlah penduduk sekitar 11.498 jiwa dengan kepadatan ± 214 jiwa/km² (BPS, 2023; 2024). Kabupaten Karangasem sendiri terletak di bagian timur Pulau Bali dengan luas 839,54 km² dan memiliki batas wilayah laut dan beberapa kabupaten di sekitarnya (BPS, 2024).

Desa ini memiliki potensi ekonomi melalui produksi sosis yang dikelola oleh BUMDes Wahyu Karya Sedana, yang memiliki beberapa unit usaha. Produk sosis yang awalnya bernama “Jaen” kemudian diubah menjadi “Sejati” untuk memperluas pasar hingga luar Bali. Dalam proses produksinya, bahan baku daging diperoleh dari Klungkung karena keterbatasan fasilitas RPH di desa, serta untuk menjamin kehalalan. Produk ini telah memiliki izin PIRT dan SIUP, serta sedang dalam proses pengurusan BPOM dan sertifikasi halal guna meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pemasaran.

Karakteristik Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar konsumen produk sosis BUMDes Wahyu Karya Sedana berada pada rentang usia 30–40 tahun dengan persentase 53%, yang termasuk dalam kategori usia produktif dan umumnya membeli produk untuk kebutuhan usaha seperti angkringan dan rumah makan (Atmaza *et al.*, 2026). Kelompok usia ini memiliki kemampuan kerja, pengalaman, serta rasionalitas dalam pengambilan keputusan ekonomi sehingga lebih aktif dalam aktivitas usaha.

Tabel 1. Klasifikasi umur konsumen sosis produk BUMDes Wahyu Karya Sedana

| Umur (Tahun) | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|---------------|----------------|----------------|
| 20-30 | 12 | 27 |
| 30-40 | 24 | 53 |
| 40-50 | 9 | 20 |
| > 50 Th | 0 | 0 |
| Jumlah | 45 | 100% |

Selain itu, karakteristik pendidikan menunjukkan bahwa mayoritas konsumen berpendidikan SMA (40%), diikuti sarjana (31,1%), diploma (20%), dan SMP (8,9%), yang mengindikasikan bahwa tingkat pendidikan berperan dalam kemampuan menerima inovasi dan mendukung pengelolaan usaha (Widi, 2011; Rasyid, 2017). Secara keseluruhan, faktor umur dan pendidikan menjadi aspek penting yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen, terutama dalam konteks kebutuhan bahan baku untuk kegiatan UMKM.

Tabel 2. Klasifikasi tingkat pendidikan konsumen sosis produk BUMDes Wahyu Karya Sedana

| Pendidikan Akhir | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|------------------|----------------|----------------|
| SD | 0 | 0 |
| SMP | 4 | 8,9 |
| SMA | 18 | 40 |
| Diploma | 9 | 20 |
| Sarjana | 14 | 31,1 |
| Jumlah | 45 | 100% |

Perilaku Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian serta kuesioner, keputusan pembelian sosis BUMDes Wahyu Karya Sedana dipengaruhi oleh *brand*, kemasan, kualitas produk, promosi, dan rekomendasi, dengan kualitas produk (87%) sebagai faktor utama, diikuti kemasan (71%) dan *brand* (62%) (Kotler dan Keller, 2016; Rusdan, 2017). Frekuensi pembelian didominasi 1–5 bungkus per bulan (46,7%), menunjukkan produk telah diterima namun loyalitas masih sedang, sehingga perlu strategi seperti diskon dan paket langganan untuk meningkatkan pembelian (Syafitri, 2022). Hasil dan pembahasan dijadikan satu. Hasil menyajikan uraian hasil penelitian sendiri. Deskripsi hasil penelitian disajikan secara jelas.

Pengemasan dan Pelabelan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengemasan dan pelabelan sosis BUMDes Wahyu Karya Sedana berperan penting dalam menjaga mutu dan meningkatkan daya tarik produk, dimana kemasan primer menggunakan plastik *food grade* dan kolagen sesuai segmen pasar, serta kemasan sekunder berupa plastik vakum untuk memperpanjang umur simpan (Maulidina,

2023; Qur'ani, 2024). Pelabelan telah mencantumkan informasi dasar seperti nama produk, berat, tanggal kedaluwarsa, dan PIRT, namun perlu dilengkapi dengan komposisi, kode produksi, dan saran penyimpanan guna meningkatkan kepercayaan konsumen dan memenuhi standar keamanan pangan (Safirin, 2023; Hermanianto, 2021).

Manajemen usaha BUMDes Wahyu Karya Sedana

Berdasarkan hasil penelitian, manajemen usaha BUMDes Wahyu Karya Sedana mencakup aspek pemasaran, produksi, pengadaan bahan baku, dan sumber daya manusia yang saling terintegrasi. Pemasaran difokuskan pada pasar lokal seperti warung dan kantin dengan pendekatan relasi sosial, serta direncanakan ekspansi ke hotel dan restoran setelah memperoleh izin lengkap (Nugroho, 2022; Safitri, 2023). Produksi dilakukan secara semi-manual berbasis permintaan untuk menjaga kesegaran dan efisiensi, dengan penerapan prinsip higienitas dan dukungan pelatihan dari pihak eksternal (Prasetyo, 2021; Wulandari, 2020). Pengadaan bahan baku dilakukan melalui kemitraan langsung untuk menjamin kualitas dan kontinuitas, disertai pencatatan sederhana guna meningkatkan efisiensi (Sari, 2023; Lestari, 2021). Sementara itu, manajemen SDM melibatkan tujuh tenaga kerja dengan pembagian tugas yang jelas serta didukung pelatihan teknis untuk meningkatkan kompetensi dan profesionalitas (Maulidina, 2023; Hidayat, 2022).

Desain Kemasan

Berdasarkan hasil survei, sebanyak 70% responden memilih Desain 2 karena dinilai lebih menarik melalui penggunaan warna kontras, visual dominan, dan tipografi yang tegas sehingga memberikan kesan modern dan profesional, dibandingkan Desain 1 yang cenderung sederhana.



Gambar 1. Desain label kemasan

Hal ini menunjukkan bahwa desain kemasan berperan penting sebagai *silent seller* dalam membentuk persepsi kualitas dan memengaruhi keputusan pembelian (Hidayat *et al.*, 2021; Sari dan Kurniawan, 2023). Pemilihan Desain 2 menjadi bagian dari strategi *rebranding* untuk memperkuat identitas visual, meningkatkan citra produk, serta mendukung daya saing di pasar (Putri dan Wibowo, 2022).

Kondisi Lingkungan Internal dan Eksternal

Analisis lingkungan internal usaha BUMDes Wahyu Karya Sedana merupakan identifikasi faktor-faktor kekuatan dan kelemahan. Berdasarkan hasil survai, *indepth interview*, dan studi literatur yang telah dilakukan, faktor-faktor tersebut dapat ditentukan, dan selanjutnya dinilai bobot dan skornya (Tabel 3), untuk kemudian disusun ke dalam matriks IE (Gambar 2).

Tabel 3. Penentuan rating dan skor faktor internal

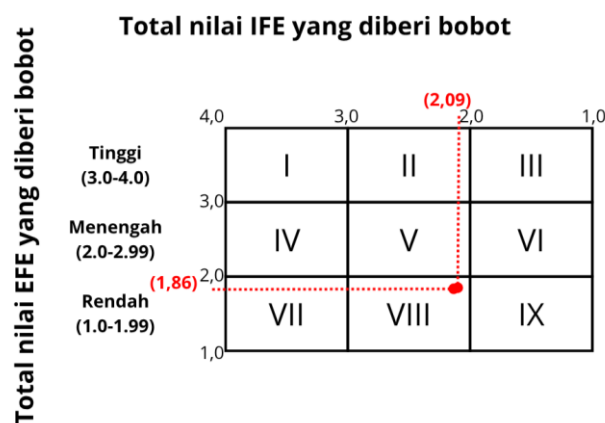
| Faktor Penentu | Bobot | Rating | Skor |
|---|--------------|---------------|-------------|
| Faktor Kekuatan | | | |
| Menggunakan kemasan vakum untuk menjaga daya tahan produk | 0,14 | 2,67 | 0,37 |
| Memiliki izin PIRT (Produk Industri Rumah Tangga) | 0,09 | 3,00 | 0,28 |
| Pemanfaatan bumbu lokal sebagai karakteristik cita rasa produk yang unik | 0,13 | 3,33 | 0,43 |
| Mengikuti pelatihan dan pendampingan teknis dari instansi-instansi terkait | 0,12 | 3,00 | 0,35 |
| Sub Total | 0,48 | | 1,43 |
| Faktor Kelemahan | | | |
| Visualisasi desain kemasan yang belum memiliki daya tarik estetika dan nilai jual | 0,12 | 1,00 | 0,12 |
| Ketidaksesuaian pencantuman informasi label dengan standar regulasi pangan nasional | 0,12 | 1,67 | 0,20 |
| Belum tersertifikasi halal serta belum memiliki izin edar dari BPOM | 0,11 | 1,00 | 0,11 |
| Ketiadaan standar baku dalam menjaga konsistensi kualitas produk | 0,17 | 1,33 | 0,23 |
| Sub Total | 0,52 | | 0,66 |
| TOTAL | 1,00 | | 2,09 |

Analisis lingkungan eksternal usaha BUMDes Wahyu Karya Sedana merupakan identifikasi faktor-faktor peluang dan ancaman yang berada di luar kendali perusahaan, namun dapat memberikan pengaruh pada kinerja usaha. Keberhasilan perusahaan terletak pada kemampuannya mengadaptasi dan beradaptasi dalam lingkungan yang selalu berubah, hal ini memengaruhi strategi usaha untuk menentukan bagaimana cara serta kapan saat yang tepat untuk bertahan dan berkembang. Faktor-faktor tersebut kemudian dinilai bobot dan skornya (Tabel 4), selanjutnya akan disusun ke dalam matriks IE (Gambar 2).

Tabel 4. Penentuan rating dan skor faktor eksternal

| Faktor Penentu | Bobot | Rating | Skor |
|---|-------------|--------|-------------|
| Faktor Peluang | | | |
| Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap konsumsi produk pangan sehat | 0,20 | 2,33 | 0,46 |
| Potensi perluasan jangkauan pasar melalui pemanfaatan media sosial dan <i>e-commerce</i> | 0,14 | 2,33 | 0,32 |
| Pergeseran preferensi konsumen yang lebih selektif terhadap informasi label dan aspek kehalalan | 0,17 | 2,67 | 0,45 |
| ketersediaan dukungan kebijakan pemerintah dalam akselerasi pertumbuhan industri UMKM | 0,13 | 3,00 | 0,39 |
| Sub Total | 0,64 | | 1,62 |
| Faktor Ancaman | | | |
| Meningkatnya intensitas persaingan dari kompetitor dengan inovasi produk yang unggul | 0,12 | 0,60 | 0,07 |
| Terdapat komparasi persepsi konsumen terhadap kualitas produk pesaing | 0,11 | 0,80 | 0,08 |
| Ketidakpastian margin keuntungan akibat fluktuasi harga bahan baku di pasar | 0,12 | 0,80 | 0,09 |
| Sub Total | 0,34 | | 0,24 |
| TOTAL | 1,00 | | 1,86 |

Sel kedelapan pada matriks IE menunjukkan bahwa usaha BUMDes Wahyu Karya Sedana memiliki termasuk dalam kategori *harvest or divest*, yang berarti usaha belum memiliki kekuatan internal dan respons eksternal yang cukup kuat sehingga perlu fokus pada perbaikan eksternal, efisiensi, dan penguatan strategi sebelum melakukan ekspansi.



Gambar 2. Matriks internal/eksternal

David (2002) alternatif strategi yang tepat diterapkan pada perusahaan yang berada di sel kedua adalah strategi defensif seperti pengurangan biaya (*cost efficiency*), memaksimalkan arus kas jangka pendek, serta membatasi investasi baru. Perusahaan juga dapat melakukan

rasionalisasi usaha, fokus pada produk yang paling menguntungkan, atau bahkan mempertimbangkan pengurangan skala usaha jika kinerja tidak membaik.

Alternatif Strategi

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, maka dapat dirumuskan sebelas alternatif strategi pengemasan dan pelabelan sosis BUMDes sebagai berikut:

1. Meningkatkan pemasaran sosis bumbu lokal melalui media sosial sebagai pilihan pangan sehat yang tahan lama: Strategi ini dapat diperkuat melalui pelabelan yang informatif dengan menonjolkan klaim “pangan sehat”, daya tahan produk, serta keunggulan bumbu lokal pada label kemasan. Informasi tersebut berfungsi sebagai media komunikasi utama kepada konsumen, terutama dalam pemasaran digital, sehingga label menjadi representasi kualitas produk yang ditawarkan.
2. Mengoptimalkan pendampingan instansi untuk memperluas akses pasar digital: Pendampingan dari instansi dapat difokuskan pada peningkatan kualitas pelabelan sesuai standar regulasi, seperti kelengkapan informasi produk, desain label, serta pencantuman izin edar. Hal ini bertujuan agar label produk lebih profesional dan sesuai ketentuan, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen di pasar digital.
3. Melakukan redesain label dan kemasan agar lebih informatif untuk menarik konsumen yang selektif: Redesain difokuskan pada perbaikan label dengan menambahkan informasi penting seperti komposisi, tanggal kedaluwarsa, cara penyimpanan, dan identitas produk. Selain itu, desain visual label dibuat lebih menarik dan mudah dibaca agar mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin selektif terhadap informasi produk.
4. Mengajukan sertifikasi Halal dan izin BPOM melalui program bantuan kebijakan pemerintah: Menggunakan dukungan kebijakan pemerintah untuk melengkapi legalitas produk. Keberadaan izin BPOM dan label Halal pada kemasan akan meningkatkan kredibilitas dan reputasi usaha, sehingga produk mampu bersaing karena sudah terjamin aman untuk dikonsumsi.
5. Menonjolkan keunggulan kemasan vakum dan izin PIRT untuk memenangkan persepsi kualitas dibanding kompetitor: Keunggulan kemasan vakum dan kepemilikan izin PIRT perlu dikomunikasikan secara jelas melalui label kemasan. Informasi tersebut dapat ditampilkan secara visual pada label untuk memperkuat persepsi kualitas dan keamanan produk dibandingkan dengan produk pesaing.
6. Memperkuat karakter bumbu lokal sebagai identitas produk yang tidak dimiliki pesaing: Identitas bumbu lokal dapat ditonjolkan melalui pelabelan dengan penggunaan nama

produk, deskripsi, serta elemen visual khas daerah. Label berperan sebagai sarana diferensiasi yang memperkuat citra produk sehingga lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen.

7. Melakukan standarisasi kualitas dan perbaikan kemasan agar tidak kalah saing saat dikomparasi dengan produk unggul: Melakukan perbaikan estetika kemasan dan menyusun SOP kualitas baku guna menghadapi intensitas persaingan yang tinggi. Inovasi desain kemasan sangat diperlukan karena visual produk merupakan faktor utama yang dilihat konsumen saat membandingkan produk di pasar.
8. Memperbaiki label untuk menekan risiko kerugian akibat ketidakpastian pasar: Memastikan label mencantumkan informasi penyimpanan yang benar dan menggunakan material label yang tidak mudah rusak. Hal ini penting untuk menjaga tampilan visual produk tetap profesional dan mengurangi risiko kerusakan produk akibat kesalahan penanganan di tengah fluktuasi harga bahan baku.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, kemasan dan label berperan penting dalam meningkatkan nilai jual dan kepercayaan konsumen, dimana BUMDes telah menerapkan kemasan *food grade*, vakum, dan label stiker yang efisien. Perilaku konsumen menunjukkan pembelian 1–10 bungkus per bulan dan sebagian besar diolah kembali, menandakan produk telah diterima sebagai pangan praktis. Secara strategis, usaha berada pada sel VIII matriks IE (skor IFE 2,09 dan EFE 1,86) dengan posisi *harvest or divest*.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, BUMDes Wahyu Karya Sedana disarankan untuk segera menyelesaikan sertifikasi halal dan BPOM guna meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperluas jangkauan pasar. Selain itu, diperlukan inovasi pada desain kemasan dan pelabelan produk “Sejati” agar lebih modern dan menarik, disertai pelatihan teknis serta manajerial secara berkala bekerja sama dengan universitas dan dinas terkait untuk meningkatkan profesionalitas pengelolaan usaha. Penelitian lanjutan juga perlu dilakukan guna mengkaji efektivitas strategi pemasaran produk sosis terhadap peningkatan penjualan secara lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMAKASIH

Perkenankan penulis mengucapkan terimakasih kepada Rektor Universitas Udayana Prof. Ir. I Ketut Sudarsana, S.T., Ph.D., Dekan Fakultas Peternakan, Universitas Udayana Dr. Ir. Dewi Ayu Warmadewi, S.Pt., M.Si., IPM., ASEAN Eng., dan Koordinator Program Studi Sarjana Peternakan Dr. I Made Mudita, S.Pt., M.P. atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Sarjana Peternakan, Fakultas Peternakan Universitas Udayana.

DAFTARPUSTAKA

- Atmaza, A. F. S., Putri, B. R. T., and Sumardani, N. L. G. 2026. The characteristics of farmers and inseminators towards the success of artificial insemination (AI) in beef cattle in Dompu Regency, Indonesia. *GSAR Journal of Agriculture and Veterinary Sciences*, 3(2), 17–20.
- Atmaza, A. F. S., Putri, B. R. T., Siti, N. W. 2024. Income Analysis Of Kub Chicken Farming Given Dragon Fruit (*Hylocereus Polyrithus*) Peel Extract In Drinking Water. *Jurnal Peternakan Tropika*, 12(4) 170 – 188.
- Hermanianto, J. 2021. Identifikasi Ingredien serta Kesesuaian Label Kemasan terhadap Regulasi pada Produk Sosis Siap Makan di Kota Bogor. *Laporan Penelitian Internal/Kerjasama SINTA*.
- Hidayat, R. 2022. Sinergi Stakeholder dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Wilayah Pedesaan melalui Pelatihan dan Pendampingan Berkelanjutan. *Jurnal Inovasi Penelitian (JIP)*, 3(2), 4875–4882.
- Lestari, S. P. & A. S. 2021. Analisis Kinerja Operasi pada Masa Pandemi Covid-19 dengan Penerapan Total Quality Management (TQM) dan Supply Chain Management (SCM) di UMKM Kota Tasikmalaya. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 164–169.
- Maulidina, N. 2023. Analisis Pembagian Kerja (Job Description) dalam Meningkatkan Efektivitas Kerja Karyawan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Manajemen Kreatif dan Inovasi (JMKIN)*, 1(3), 142–155.
- Prasetyo, R., dan Lestari, D. 2023. *Inovasi desain kemasan ramah lingkungan untuk meningkatkan daya tarik produk pangan lokal*. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 33(1), 45–54.
- Putri, B. R. T. 2017. *Manajemen pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Putri, S. A., Rukmana, E., dan Hidayat, T. 2022. *Perbandingan kualitas sosis daging sapi dan ayam dengan penambahan serat pangan*. *Jurnal Agroindustri Peternakan*, 5(2), 61–69.
- Qur'ani, B., Ratnawati, T., & Widodo, S. 2024. Analisis pengaruh penggunaan kemasan sekunder terhadap penjualan produk bakery. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 7(1), 53–62.

- Rasyid, H. Al. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Sosis Siap Makan (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Primafood International). *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(1).
- Safirin, M. T., Samanhudi, D., & Aryanny, E. 2023. Pemanfaatan teknologi packaging untuk meningkatkan kualitas dan keamanan produk pangan lokal. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 30–40.
- Sari, N. P., & Kurniawan, R. 2023. Visualisasi Desain Kemasan dan Labeling sebagai Media Komunikasi Pemasaran Produk Pangan Olahan UMKM. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pangan dan Industri (JIPI)*, 4(2), 88–102.
- Syafitri, N. 2022. Pengaruh Label Halal dan Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Produk Frozen Food). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 10(1), 25–34.
- Wibowo, R., dan Pratiwi, D. 2022. *Peran label produk terhadap kepercayaan dan keputusan pembelian konsumen*. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 7(1), 65–73.
- Widi, R. K. 2011. *Asas metodologi penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wulandari, N., Santoso, H., dan Hidayat, M. 2022. *Pengaruh jenis kemasan terhadap kualitas mikrobiologis dan kimiawi produk pangan olahan*. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*, 10(3), 210–219.
- Wulandari, S. 2020. Sinergi Akademisi dan Pelaku UMKM dalam Peningkatan Mutu Produk dan Inovasi Proses Produksi. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 5(2), 241–252.