



Pengembangan Produk *Paccukka* dalam Peningkatkan Nilai Usaha Rumah Tangga Kelurahan Ompo Kecamatan Liliriaja Kabupaten Soppeng

Andi Haslindah^{1*}, Ahmad Hanafie¹

^{1,2}Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Makassar, Jalan Perintis Kemerdekaan No.29, Makassar, Indonesia, 90233

*Email 1: andihaslindah.dty@uim-makassar.ac.id

Received: 30-07-2026

Revised: 31-07-2026

Accepted: 31-07-2026

ABSTRAK

Bagian	Jumlah kalimat	Isi kalimat Abstrak
Pendahuluan	1-2	Pengembangan produk bukan saja membuat produk menjadi lebih unik, lebih berkesan dari kemasan produk yang sudah ada sebelumnya sehingga memiliki daya tarik lebih untuk dibeli oleh konsumen. Tetapi fungsi dan kegunaan produk tersebut. Kemasan produk hendaknya dapat mempengaruhi konsumen untuk memberikan kesan yang lebih baik.
Tujuan	1	Tujuan dalam penelitian pengembangan produk <i>paccukka pao</i> dalam peningkatan nilai usaha rumah tangga Kelurahan Ompo Kabupaten Soppeng, adalah untuk merancang desain kemasan yang higienis sehingga mampu meningkatkan nilai jual terhadap produk <i>Paccukka Mangga</i> (Asam Mangga).
Metode	1-3	Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kualitatif.
Hasil	1-3	Berdasarkan hasil pengembangan produk beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu dapat memahami Produk dan target pasar, memilih warna, membuat desain dan fungsional, menguji desain, sosialisasi produk dengan memprestasikan hasil pengembangan produk di masyarakat
Kesimpulan	1	Dapat meningkatkan nilai jual produk paccuka mangga dan lebih menjamin kebersihan dan higienitas.
Kata kunci	1	<i>Pengembangan Produk, Paccukka Mangga, Higienitas, Peningkatan Nilai</i>
Abstrak bahasa Inggris		<i>Product development is not only making the product more unique, more impressive than the existing product packaging so that it has more appeal to be purchased by consumers. But the function and usefulness of the product. Product packaging should be able to influence consumers to give a better impression. The purpose of the research on the development of paccukka pao products in increasing the value of household businesses in Ompo Village, Soppeng Regency, is to design a hygienic packaging design so that it can increase the selling value of Paccukka Mango (Mango Acid) products. The method used in this study is a qualitative method. Based on the results of product development, several things need to be considered, namely being able to understand the product and target market, choosing colors, creating designs and functionalities, testing designs, product socialization by presenting the results of product development in the community. Can increase the selling value of mango paccuka products and better guarantee cleanliness and hygiene.</i>
Keywords		<i>Product Development, Mango Paccukka, Hygienity, Value Enhancement</i>



PENDAHULUAN

Setiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas dalam pengolahan makanan terutama makanan olahan ikan, yang lazim digunakan adalah jeruk nipis, lemon, asam jawa, dan lain-lain. Berbeda di tanah bugis salah satunya di Kabupaten Soppeng menggunakan mangga yang dikenal dengan Bahasa lokal Bugis yaitu Pao. Pao yang banyak digunakan adalah Pao/ mangga yang jenis mempunyai keasaman dan berserat misalnya Pao Balik, Pao Kalongkong, Pao Balanda, Pao Kaniki, Pao Jareng, Pao Balana. Pao /Mangga tersebut dikupas diiris tipis lalu dicampurkan dengan garam, setelah itu didiamkan semalam lalu dijemur dibawah sinar matahari kurang lebih 2-3 hari. Hasil pengeringan produk ini dikenal dengan *Paccukka Mangga*.

Paccukka Mangga atau Asam Mangga kering ini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kuliner khas daerah tersebut. Fungsinya yang mirip dengan asam jawa menjadi daya tarik utama bagi penikmat masakan khas Sulawesi Selatan, terutama masakan berbahan dasar ikan. Keunggulan dari *Paccukka Pao* dibandingkan dengan asam jawa lainnya adalah rasa asam yang lebih lembut dan tidak terlalu tajam. Hal ini membuatnya cocok digunakan sebagai bahan pelengkap pada berbagai masakan, terutama yang menggunakan bahan dasar ikan yang banyak dijumpai di daerah tersebut. Tidak hanya sebagai bahan masakan, *Paccukka Mangga* juga diyakini memiliki nilai kesehatan yang tinggi. Kaya akan kandungan nutrisi, vitamin, dan antioksidan (Hanafie et al., 2020).

Potensi pengembangan produk sangat terbuka untuk peningkatan nilai dimana *Paccukka Mangga* yang di jual di pasar masih di jual secara gelondongan sehingga memungkinkan debu-debu yang berterbangan hinggap di produk atau kata lainnya masih kurang higienis, selain itu harga jual masih rendah kisaran Rp. 10.000 - Rp. 20.000/liter.

Pengembangan produk adalah strategi dan proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan produk, memperbaiki produk lama, atau memperbanyak kegunaan produk ke segmen pasar yang ada dengan asumsi bahwa konsumen menginginkan unsur-unsur baru mengenai produk (Hanafie et al., 2022), Pengembangan produk dapat dilakukan dengan berbagai metode *Quality Function Deployment (QFD)* untuk mengetahui pengembangan dan kualitas produk kemasan ikan kering (Haslindah et al., 2018) juga pada pengembangan produk coklat *praline* buah naga (Haslindah et al., 2023). Metode Kano penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan desain kemasan pada produk karagenan SMK-SMTI Makassar dan menganalisa tingkat kepuasan konsumen terhadap desain kemasan produk *karagenan* (Haslindah et al., 2023), serta metode peningkatan layanan dapat dilakukan dengan metode *service quality*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerepan metode *service quality* upaya meningkatkan pelayanan masyarakat di Desa Tunge (Haslindah et al., 2022). Selain dari itu pengembangan produk bisa dilakukan dengan pemanfaatan sumberdaya alam misalnya penggunaan limbah kayu sebagai bahan bakar alternatif dapat menumbuhkan minat masyarakat dengan merubah bentuknya sehingga lebih efektif. Nilai dari diversifikasi produk olahannya menjadi sumber energi akan meningkatkan pendapatan masyarakat bahkan Perusahaan (Haslindah et al., 2022).

Dengan demikian tujuan dalam penelitian pengembangan produk *paccukka pao* dalam meningkatkan nilai usaha rumah tangga, adalah untuk merancang desain kemasan yang heiginis sehingga mampu meningkatkan nilai jual terhadap produk *Paccukka Mangga* (Asam Mangga).



METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah (Ratnasari et al., 2024):

1. Observasi, penelitian melakukan pengamatan secara langsung pada lingkungan masyarakat yang ada di Kelurahan Ompo, Kec. Lalabata Kabupaten Soppeng yang menjadi objek penelitian.
 - a. Wawancara (*Interview*) yaitu bentuk penelitian yang dilakukan dengan cara mewawancarai pihak-pihak memiliki pengetahuan tentang objek yang diteliti yaitu masyarakat mempunyai usaha *Paccukka Mangga*.
 - b. Wawancara kepada konsumen untuk mendapatkan suara pelanggan (*Voice of Customer*).
 - c. Manajemen merupakan suatu system proses meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, pengaturan, dan kegiatan lainnya, bertujuan agar tujuan yang sudah ditetapkan dapat diwujudkan dan dilaksanakan lebih efektif dan efisien (Haslindah et al., 2024).
2. Desain kemasan produk dengan 5 langkah:

Membuat desain kemasan produk yang menarik dan efektif bisa menjadi suatu keberhasilan dalam pengembangan produk yaitu (Arjunis et al., 2023; Katusulsel.com, 2023; Paxel.co, 2025):

 - Analisis karakteristik produk dan target pasar: mengidentifikasi dimensi, bentuk, dan sifat material produk guna menentukan jenis kemasan yang adaptif, serta menganalisis preferensi konsumen untuk memastikan relevansi desain.
 - Integrasi informasi esensial: menyusun atribut informasi dasar secara komprehensif, meliputi nama produk, identitas merek, dan komposisi bahan guna menjamin transparansi produk bagi konsumen.
 - Optimasi estetika visual: memilih palet warna yang representatif terhadap identitas merek, menerapkan tipografi dengan tingkat keterbacaan (*legibility*) yang tinggi, serta menggunakan citra visual berkualitas tinggi.
 - Penerapan desain minimalis dan ergonomis: mengadopsi pendekatan desain minimalis untuk menghindari kejenuhan visual (*visual clutter*), sekaligus mengutamakan aspek ergonomi demi kemudahan membuka, menutup, dan menyimpan produk.
 - Evaluasi melalui prototyping dan umpan balik: membuat model tiruan (*mockup*) fisik untuk pengujian visual, serta melakukan uji keterterimaan untuk menjaring umpan balik (*feedback*) masyarakat sebagai dasar revisi.
 - Diseminasi dan implementasi produk: melaksanakan sosialisasi dan diseminasi hasil pengembangan produk pengolahan secara langsung kepada masyarakat sasaran di Kelurahan Ompo, Kecamatan Lalabata, Kabupaten Soppeng.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengamatan, proses pengolahan dan analisa data dimulai dari saat proses pengeringan *Pacukka Pao* yang dapat dilihat pada Gambar 1. Penjemuran *paccukka*



pao (asam mangga) di jemur pada sinar matahari langsung selama 2 (dua) sampai 3 (tiga) hari, namun yang masalah dalam penjemuran ini adalah kurangnya higienitas dari proses tersebut yang ditandai dengan banyaknya debu yang beterbangan dan serangga yang hinggap pada produk olahan.



Gambar 1. Penjemuran paccukka pao (asam mangga)

Gambar 2. Menunjukkan bahwa hasil akhir yang telah dikeringkan kemudian akan dijual pada Masyarakat, dalam bentuk gelondongan sehingga tingkat kebersihan masih rendah. Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang telah dilakukan, maka diperlukan pengembangan produk dengan memperhatikan langkah-langkah dalam desain kemasan produk meliputi ukuran, bentuk, karakteristik, warna, informasi tentang produk tersebut. Hasil pengolahan dan analisis yang dilakukan dapat terlihat pada Gambar 3.



Gambar 2. Hasil akhir yang telah dikeringkan



Gambar 3. Hasil Pengembangan Kemasan Produk

Gambar 3. Menunjukkan bahwa hasil desain dan pengembangan produk, produk tersebut menggunakan kemasan plastik bening yang mempunyai fungsi buka tutup dengan ukuran plastik (15x25x0,05)cm. pewarnaan lebel yang ada pada produk dengan dasar warna hijau tua yang menunjukkan warna pada daun, dan warna hijau muda menunjukkan warna mangga muda, dan warna kuning yang ada pada lebel menunjukkan warna kebesaran Kerajaan Soppeng juga pada pemerintahan Kab. Soppeng kemudian warna putih pada tulisan menunjukkan produknya bersih.

Tulisan “PACCUKKA MANGGA” dengan tulisan *uppercase* menunjukkan nama produk kata PACCUKKA berasal dari bahasa bugis yang artinya Asam, sedangkan MANGGA dari buah mangga. EST menunjukkan merupakan singkatan dari kata “established”, digunakan pada sebuah logo usaha yang diikuti oleh tahun 2024. Tulisan KKN UIM KEL. OMPO 2024, merupakan hasil Bersama dengan KKN Universitas Islam Makassar di Kelurahan Ompo tahun 2024. Gambar 2 (dua) mangga pada label memberikan makna bahwa Paccukka mangga berasal dari buah mangga muda dan didampingi gambar irisan-irisan paccukka mangga, Volume kemasan pengembangan produk yaitu 250 gram

Setelah desain produk dan pengembangan produk selesai dilakukan sosialisasi pada Masyarakat tentang pentingnya pengembangan produk.





Gambar 4. Sosialisasi hasil produk kemasyarakatan kelurahan Ompo Kec. Lalabata Kab. Soppeng

Gambar 4. Menunjukkan pelaksanaan sosialisasi kepada masyarakat hasil pengembangan produk, Masyarakat yang ada di lingkungan kelurahan tersebut sangat antusias dalam mengikuti kegiatan sosialisasi tersebut. dan produk ini turut disosialisasikan di Kelurahan Ompo, Kec. Lalabata Kabupaten Soppeng ketika kunjungan Rektor Universitas Islam Makassar melakukan evaluasi dan monitoring pelaksanaan KKN di Kabupaten Soppeng.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pengabdian kepada Masyarakat dilakukan pada Masyarakat Kelurahan Ompo, Kec. Lalabata Kabupaten Soppeng telah dihasilkan suatu pengembangan produk mulai dari desain kemasan produk sampai produk jadi dengan menggunakan Paccukka Mangga (asam mangga), sehingga Masyarakat dapat meningkatkan nilai jual produk *paccuka mangga* dan lebih menjamin kebersihan dan higienitas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang saya haturkan kepada Masyarakat, Kepala Kelurahan Ompo Kecamatan lalabata Kabupaten Soppeng, serta Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Islam Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Hanafie, A. H. (2020). PENGEMBANGAN PRODUK KEMASAN IKAN KERING DENGAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) (STUDI KASUS PADA NELAYAN DI KAB. PANGKEP. *JOURNAL INDUSTRIAL ENGINEERING AND MANAGEMENT*, Vol. 01, (No.1), 6-9.
- Ahmad Hanafie, A. H. (2022). Perancangan Alat Keamanan Helm Berbasis Alarm Dalam Mengatasi Pencurian Helm di Parkiran . *Ash-Shahabah : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 1(No. 1), 25-33.
- Andi Haslindah, A. H. (2018). Analisis Pengembangan Produk Cokelat Praline Buah Naga Dengan Metode Quality Function Deployment (QFD). *ILTEK : Ilmu Teknologi*, Vol. 3(No. 1), 1938-1942.



- Andi Haslindah, A. H. (2023). PENERAPAN METODE KANO PADA REDESAIN KEMASAN PRODUK KARAGENAN. *Jurnal Manajemen Rekayasa dan Inovasi Bisnis*, Vol. 2 No. 1 Agustus 2023(No. 1), 70-80.
- Andi Haslindah, S. A. (2022). Pemanfaatan Limbah Kayu Menjadi Briket Sebagai Energi Alternati. *Ash-Shahabah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 1(No. 1), 34-43.
- Andi Ratnasari, N. A. (2024). PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN PADA PRODUK KARANGENAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE KANO PADA SMK-SMTI MAKASSAR. *JOURNAL INDUSTRIAL ENGINEERING AND MANAGEMENT*, Vol. 5(No.1), 6-26.
- Arjunis, M. k. (2023). PENERAPAN METODE SERVICE QUALITY UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DI DESA TUNGKE KECAMATAN BENGU kab. bone. *JOURNAL INDUSTRIAL ENGINEERING AND MANAGEMENT*, Vol. 4(No.2), 51-60.
- Haslindah, A. (2024). Bab. 2. TEKNIK DAN MANAJEMEN INDUSTRI. In *PENGANTAR TEKNIK INDUSTRI* (p. 168). Kota Padang Sumatera Barat: GET PRESS INDONESIA.
- Katasulsel.com. (2023). *Paccukka Pao Asam Mangga Kering Yang Menggoda Selera*. Makassar: <https://katasulsel.com>.
- Paxel.co. (2025). *Desain Kemasan Produk: Pengertian, Prinsip dan Cara Membuatnya*. <https://paxel.co/id/berita-dan-promo/desain-kemasan-produk-pengertian-prinsip-dan-cara-membuatnya>.

