BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol. 7 No. 2, 2026, pp. 1046-1055
DOI: https://doi.org/10.31949/jb.v7i2.17529

e-ISSN 2721-9135
p-ISSN 2716-442X

Bantuan Pengembangan Produk PT Instan Meals Global untuk Membuka Potensi Pasar Ekspor Malaysia: Penguatan Manajemen Usaha, Standardisasi Mutu, dan Kesiapan Kepatuhan Label

Rizqi Muttaqin[1], Denny Saputera[2], Dwi Fauziansyah Moenardy[3], Rizal Budi Santoso[4]*, Rio Arsendo[5], Azzahra Putri Firmansyah[6]
[1,2,3,4,5,6] Program Studi Perdagangan Internasional, Universitas Widyatama, Bandung, Indonesia
*e-mail korespondensi: budi.santoso@widyatama.ac.id

Abstract
Export opportunities for Indonesian halal food products to Malaysia are expanding alongside the growth of modern retail and cross-border e-commerce channels. However, firms transitioning from food-service/cloud-kitchen operations to packaged food face structural constraints, particularly in process standardization, traceability, and label-information compliance. This community service program assisted PT Instan Meals Global (Kebuli Al-Khalid) in developing Mealz Up as a packaged, single-portion ready-to-eat product line extension projected to unlock Malaysia's export market potential. The intervention adopted an output-based mentoring design implemented in four stages: baseline diagnosis (interviews, process observation, and document audit), co-design of deliverables, technical clinics (export business planning, SOP standardization, and label–packaging development), and evaluation using a before–after audit supported by checklist-based scoring. The results indicate improved market readiness in both visual and operational dimensions, evidenced by a more "retail-like" product format (clear brand/variant identity, information panels, and structured preparation instructions). Nevertheless, the label audit also revealed remaining hard-compliance gaps that must be addressed for Malaysia's formal distribution channels (e.g., explicit net-weight statement, allergen declaration, batch/lot coding, manufacturer identity, and barcode). Key deliverables included an export-oriented business plan, a set of SOPs and batch-record templates, redesigned labels/packaging supported by an export compliance dossier, and a shelf-life validation plan as an evidence-building roadmap. Overall, the program demonstrates that MSME export readiness is strengthened most effectively through artifact-based assistance and auditable before–after evaluation.
Keywords: *Export Readiness; Food MSMEs; SOP Standardization; Labeling Compliance; Malaysia Market*

Abstrak
Peluang ekspor produk pangan halal Indonesia ke Malaysia meningkat seiring berkembangnya kanal ritel modern dan e-commerce lintas negara. Namun, pelaku usaha yang semula berorientasi food-service/cloud kitchen menghadapi hambatan struktural ketika beralih ke produk pangan dalam kemasan, terutama pada aspek standardisasi proses, ketertelusuran (traceability), dan kepatuhan informasi label. Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini mendampingi PT Instan Meals Global (Kebuli Al-Khalid) untuk mengembangkan product line extension Mealz Up sebagai produk siap saji dalam kemasan satu porsi yang diproyeksikan untuk membuka potensi pasar ekspor Malaysia. Metode yang digunakan adalah pendampingan berbasis luaran (output-based mentoring) melalui empat tahap: diagnosis baseline (wawancara, observasi, audit dokumen), perancangan luaran bersama, klinik pendampingan teknis (business plan, SOP, label–kemasan), dan evaluasi menggunakan audit before–after berbasis checklist. Hasil menunjukkan peningkatan market readiness secara visual dan operasional melalui terbentuknya format produk yang lebih "retail-like" (identitas merek/varian, panel informasi, dan petunjuk penyajian). Namun, audit label juga mengidentifikasi gap hard-compliance yang masih perlu ditutup untuk kesiapan masuk kanal distribusi formal Malaysia (misalnya pernyataan berat bersih, deklarasi alergen, kode batch/lot, identitas produsen, dan barcode). Luaran utama PkM meliputi export-oriented business plan, paket SOP dan template batch record, rancangan label/kemasan serta export compliance dossier, dan rencana validasi shelf-life sebagai peta jalan pembuktian klaim produk. Temuan ini menegaskan bahwa kesiapan ekspor UMKM/SME pangan lebih efektif ditingkatkan melalui pendampingan berbasis artefak dan evaluasi before–after yang dapat diaudit.
Kata Kunci: Kesiapan Ekspor; UMKM Pangan; Standardisasi SOP; Kepatuhan Label; Malaysia

Accepted: 2026-01-29 Published: 2026-04-10

PENDAHULUAN

Pertumbuhan pasar makanan siap saji halal di Asia Tenggara membuka peluang ekspor yang semakin relevan bagi pelaku usaha kuliner Indonesia, khususnya ke Malaysia (Siregar and MA

2024). Namun, peluang ini tidak otomatis dapat ditangkap oleh pelaku usaha yang model bisnisnya masih bertumpu pada food-service lokal (dine-in dan on-demand delivery) karena pola konsumsi lintas negara menuntut format produk yang berbeda: lebih terstandar, lebih terdokumentasi, dan lebih kompatibel dengan distribusi ritel maupun kanal e-commerce lintas batas (Safari and Saleh 2019). Dengan kata lain, tantangan kunci bukan sekadar "produk enak", melainkan transformasi kapabilitas dari restaurant operations menuju packaged food operations yang dapat diaudit, ditelusuri, dan dipercaya oleh distributor/retailer.

Dalam konteks tersebut, mitra program—Kebuli Al-Khalid (PT Instan Meals Global)—sebelum kegiatan PkM telah menunjukkan capaian komersial yang kuat di pasar domestik melalui model cloud kitchen dengan distribusi utama pada platform food delivery (mis. GrabFood/GoFood/ShopeeFood), didukung konten pemasaran digital yang konsisten dan portofolio produk berbasis nasi (kebuli/briyani) untuk konsumsi cepat. Model ini efektif untuk pasar lokal karena mengandalkan kesegaran harian dan logistik jarak dekat, tetapi memiliki keterbatasan struktural untuk ekspansi lintas negara: kapasitas produksi dan kualitas antar-batch cenderung bergantung pada kondisi operasional harian; dokumentasi mutu dan ketertelusuran sering belum diperlakukan sebagai "prasyarat bisnis"; sementara format kemasan dan informasi label didesain untuk konsumsi lokal, bukan untuk memenuhi ekspektasi kanal ritel modern dan e-commerce Malaysia.

Diagnosis awal kegiatan mengidentifikasi tiga kesenjangan yang saling memperkuat. Pertama, pada level tata kelola, proses produksi dan pengendalian mutu masih belum sepenuhnya distandarkan melalui SOP tertulis, batch record, dan pemisahan fungsi manajerial (produksi–keuangan–pemasaran), sehingga keputusan produksi dan ekspansi belum berbasis data dan sulit diaudit. Kedua, pada level market-facing compliance, struktur informasi label/kemasan dan disiplin klaim produk belum dirancang sebagai instrumen kepatuhan—misalnya keterbacaan informasi utama, konsistensi komposisi dan alergen, identitas produsen, penandaan tanggal dan kode batch, serta elemen kepercayaan (trust signals) yang dibutuhkan ketika produk keluar dari ekosistem "pesan hari ini, makan hari ini". Ketiga, pada level kesiapan ekspor berbasis risiko, pergeseran dari produk layanan makanan menuju produk siap saji dalam kemasan satu porsi mensyaratkan disiplin baru: konsistensi formulasi, kontrol proses, ketertelusuran, dan penyusunan roadmap pembuktian masa simpan yang sesuai dengan spesifikasi distribusi. Tanpa perangkat dokumentasi dan rencana validasi yang jelas, ekspansi lintas negara akan rapuh—mudah ditolak oleh mitra distribusi, dan berisiko reputasional.

Atas dasar kesenjangan tersebut, Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini diposisikan sebagai pendampingan transformasi produk: mengkonversi kekuatan kuliner dan merek Kebuli Al-Khalid di pasar domestik menjadi lini produk siap saji yang lebih kompatibel dengan distribusi lintas negara. Luaran pengembangan tersebut diproyeksikan dalam bentuk produk Mealz Up—sebagai product line extension dari kompetensi inti Kebuli Al-Khalid—dengan format kemasan mangkuk satu porsi dan konsep konsumsi praktis, sehingga produk dapat dipasarkan melalui kanal ritel dan digital yang tidak bergantung pada sistem pengantaran harian (Gary 2025). Namun, penekanan program bukan pada "menciptakan kemasan baru" semata, melainkan pada pembangunan sistem kapabilitas yang membuat lini produk baru tersebut layak secara komersial dan dapat dipertanggungjawabkan.

Secara spesifik, tujuan program PkM "Bantuan Pengembangan Produk dari PT Instan Meals Global untuk Membuka Potensi Pasar Ekspor Malaysia" adalah: (1) memperkuat tata kelola dan pengambilan keputusan berbasis data melalui penyusunan export-oriented business plan (segmentasi–targeting–positioning, strategi kanal, proyeksi keuangan, dan peta jalan ekspansi); (2) menstandarkan proses melalui SOP dan dokumentasi batch untuk meningkatkan konsistensi mutu serta ketertelusuran; dan (3) menyusun export compliance dossier sekaligus memperbaiki arsitektur informasi label/kemasan bagi lini produk Mealz Up agar selaras dengan kebutuhan pasar

Malaysia (informasi utama, struktur komposisi termasuk deklarasi alergen, penandaan tanggal dan kode batch, identitas produsen, serta konsistensi klaim). Selain itu, program menempatkan spesifikasi masa simpan sebagai area kritis melalui penyusunan rencana validasi shelf-life (tahapan, parameter, dan kebutuhan bukti), sehingga klaim produk dibangun secara bertahap berbasis manajemen risiko, bukan sekadar pernyataan pemasaran (USDA FAS GAIN 2024).

Dengan fokus pada luaran yang operasional—dokumen bisnis, paket SOP, compliance dossier, rancangan label/kemasan, dan roadmap validasi—PkM ini menawarkan model pendampingan yang lebih ketat daripada pelatihan umum. Model ini menutup jurang paling krusial antara "produk yang sukses di ekosistem delivery lokal" dan "produk yang dapat diterima dalam kanal distribusi formal lintas negara", karena kesiapan ekspor pada akhirnya ditentukan oleh kemampuan perusahaan menghadirkan konsistensi, kepatuhan informasi, dan ketertelusuran sebagai basis kepercayaan pasar.

METODE

1. Desain dan Pendekatan Kegiatan

Kegiatan PkM ini menggunakan pendekatan pendampingan berbasis luaran (output-based mentoring) dengan logika *capability upgrading*: mentransformasikan kapabilitas mitra dari model food-service/cloud kitchen (Kebuli Al-Khalid) menuju kapabilitas produk pangan dalam kemasan yang lebih siap untuk kanal ritel dan e-commerce lintas negara melalui penguatan tata kelola, standardisasi proses, dan kesiapan dokumen kepatuhan. Intervensi tidak diposisikan sebagai uji laboratorium penuh untuk pembuktian masa simpan, melainkan sebagai penutupan gap sistem dan dokumentasi yang menjadi prasyarat sebelum ekspor (auditability, traceability, dan compliance readiness).

2. Mitra, Produk, dan Ruang Lingkup

Mitra kegiatan adalah PT Instan Meals Global (Kebuli Al-Khalid). Sebelum PkM, bisnis beroperasi dominan sebagai cloud kitchen dengan penjualan berbasis *on-demand delivery*. Fokus pendampingan diarahkan pada pengembangan lini produk Mealz Up sebagai *product line extension* berbasis kompetensi inti kuliner Kebuli Al-Khalid (produk nasi dan lauk berbumbu) dalam format kemasan satu porsi (bowl) dengan instruksi pemanasan cepat saat konsumsi. Ruang lingkup pendampingan meliputi: (i) penguatan manajemen dan perencanaan usaha berorientasi ekspor, (ii) standardisasi proses melalui SOP dan dokumentasi batch, (iii) perbaikan arsitektur informasi label/kemasan dan penyusunan *export compliance dossier* untuk target pasar Malaysia, serta (iv) penyusunan rencana validasi shelf-life sebagai peta jalan pembuktian klaim masa simpan.

3. Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan melalui empat tahap utama berikut:

Tahap 1 — Diagnosa Baseline dan Pemetaan Gap (Needs Assessment). Dilakukan wawancara semi-terstruktur dengan pemilik/pengelola dan personel produksi, observasi alur produksi dan pengemasan, serta audit dokumen yang tersedia (pencatatan keuangan sederhana, catatan produksi, materi promosi). Pada tahap ini disusun peta gap yang memetakan: (a) tata 1048llerg (perencanaan, pemisahan biaya, pelaporan), (b) standardisasi proses (SOP, 1048llerge titik kritis, ketertelusuran), dan (c) kesiapan pasar (label/kemasan, klaim, trust signals, kesiapan dokumen ekspor).

Tahap 2 — Perancangan Bersama Luaran (Co-Design Outputs). Tim PkM dan mitra menyepakati luaran minimal yang dibutuhkan untuk ekspansi lintas negara: draft business plan ekspor, paket SOP prioritas, format dokumentasi batch, rancangan label/kemasan yang lebih patuh, dan kerangka *compliance dossier*. Pada tahap ini ditetapkan

pula *scope control*: program menargetkan kesiapan 1049llerg dan dokumen, bukan deklarasi "produk sudah aman 6 bulan" tanpa pembuktian.

Tahap 3 — Implementasi Pendampingan Teknis (Clinics & Mentoring). Pendampingan dilakukan dalam bentuk klinik dokumen dan sesi mentoring intensif berbasis artefak:

- Klinik export-oriented business plan: STP, kanal, strategi harga, proyeksi arus kas, roadmap 12 bulan.
- Klinik standardisasi proses: SOP pengadaan/penerimaan bahan baku, SOP 1049llerge & sanitasi, SOP produksi, SOP pengemasan, serta batch record (format minimal untuk traceability).
- Klinik label & packaging compliance: penyusunan arsitektur informasi label (nama produk, berat bersih, komposisi terstruktur, deklarasi 1049llergen, identitas produsen, penandaan tanggal, kode batch/lot, petunjuk simpan/saji) dan penyusunan *export compliance dossier*.
- Klinik shelf-life validation plan: penyusunan rencana pengujian (parameter, tahapan, kebutuhan bukti) yang selaras dengan spesifikasi distribusi yang ditargetkan.

Tahap 4 — Evaluasi Luaran dan Finalisasi Dokumen. Evaluasi dilakukan melalui audit kelengkapan luaran dan penilaian sebelum–sesudah menggunakan checklist kesiapan ekspor (terutama label/kemasan dan dokumentasi proses). Hasil evaluasi menjadi dasar finalisasi dokumen dan rekomendasi tindak lanjut.

4. Teknik Pengumpulan Data

Data program dikumpulkan melalui:

1. Wawancara semi-terstruktur (pemilik/pengelola, produksi, administrasi) untuk memetakan praktik operasional dan kendala.
2. Observasi proses (alur produksi–pengemasan–penyimpanan) untuk mengidentifikasi titik variasi mutu dan celah traceability.
3. Audit dokumen (pencatatan keuangan, catatan produksi bila ada, materi label/kemasan, materi promosi digital).
4. Checklist compliance label & dokumen untuk membandingkan baseline dan pasca pendampingan (pre–post).

5. Indikator Keberhasilan dan Cara Ukur

Keberhasilan tidak diukur melalui klaim penjualan atau klaim keamanan pangan yang belum diuji, melainkan melalui luaran yang dapat diaudit dan peningkatan skor checklist.

Indikator utama:

- Tersusunnya export-oriented business plan (dokumen final).
- Tersusunnya paket SOP prioritas + format batch record (dokumen final dan siap dipakai).
- Tersusunnya rancangan label/kemasan yang memuat elemen informasi utama + *export compliance dossier* (draft final).
- Tersusunnya rencana validasi shelf-life (tahapan + parameter + kebutuhan bukti).

Indikator kuantitatif (pre–post):

Skor checklist pemenuhan elemen label & dokumen (mis. 0 = tidak ada/tidak memadai; 1 = ada & memadai) untuk elemen seperti: berat bersih, date marking, batch/lot, komposisi terstruktur, deklarasi alergen, identitas produsen, petunjuk simpan/saji, konsistensi klaim, traceability/batch record.

6. Analisis Data

Data dianalisis secara deskriptif-kualitatif melalui *gap analysis* (baseline vs target readiness) dan triangulasi antara hasil wawancara, observasi, serta audit dokumen (Wartiningsih *et al.* 2026).

Hasil analisis digunakan untuk menjustifikasi fokus intervensi dan untuk menyusun narasi "perubahan kapabilitas" yang ditunjukkan oleh luaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kondisi Awal (Before): Model Bisnis Food-Service Kebuli Al-Khalid

Pada tahap baseline, aktivitas komersial mitra (Kebuli Al-Khalid/PT Instan Meals Global) beroperasi dominan sebagai cloud kitchen/food-service dengan penjualan utama melalui platform on-demand delivery. Pola ini efektif untuk pasar domestik karena kualitas pengalaman pelanggan ditopang oleh logistik jarak dekat dan konsumsi cepat, sehingga kepatuhan ritel (mis. struktur label lengkap, ketertelusuran batch, dan compliance dossier) bukanlah prasyarat utama dalam praktik sehari-hari.

Gambar 1 (Before): Profil Kebuli Al-Khalid yang menunjukkan orientasi layanan (order via platform delivery; paket/box; promosi food-service).

Sumber: Olahan Peneliti

Implikasi baseline terhadap kesiapan ekspor:

a. Label ritel belum menjadi instrumen kepatuhan. Kemasan food-service umumnya tidak memuat struktur informasi yang lengkap/terstandar untuk kebutuhan lintas negara (mis. pernyataan berat bersih, kode batch/lot, deklarasi alergen, identitas produsen dalam format audit).

b. Dokumentasi proses cenderung ad hoc. Ketika bisnis berjalan cepat berbasis pesanan harian, banyak keputusan produksi dan kontrol mutu bersifat tacit (di kepala), bukan tertulis (SOP/batch record), sehingga ketertelusuran dan auditability rendah.

c. Transformasi produk menjadi packaged food menambah eksposur risiko. Begitu produk ditargetkan untuk ritel/e-commerce lintas negara, "enak dan laku lokal" tidak cukup; yang dinilai adalah konsistensi, klaim, dan bukti dokumen.

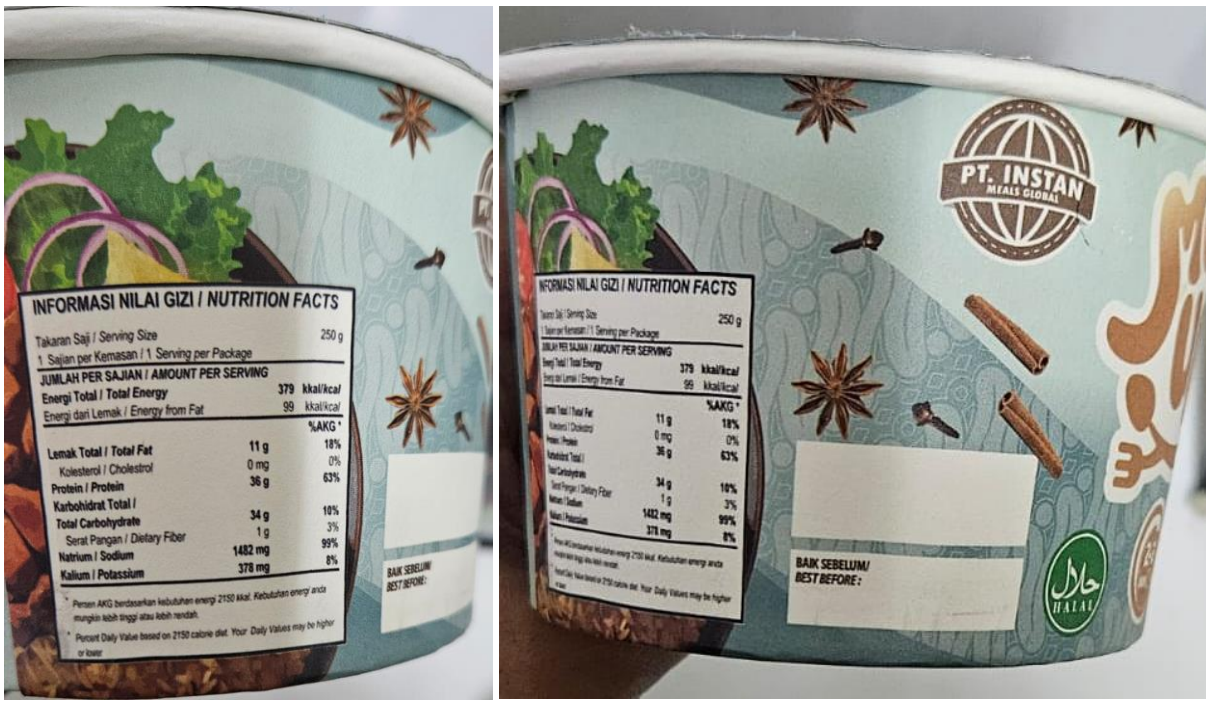
2. Kondisi Setelah Pendampingan (After): Munculnya Lini Produk "Mealz Up" dan Perubahan Kapabilitas

Pasca pendampingan, keluaran utama pada sisi product development diwujudkan melalui lini produk Mealz Up (format bowl satu porsi) sebagai product line extension dari kompetensi inti Kebuli Al-Khalid. Produk ini membawa perubahan penting: dari "menu layanan" menjadi "produk kemasan", sehingga memungkinkan akses kanal ritel/digital yang tidak bergantung pada sistem pengantaran harian.

Gambar 2 (After): Produk Mealz Up

Sumber: Olahan Peneliti

Gambar 3 (After): Foto panel samping yang menunjukkan adanya Nutrition Facts dan elemen label lain.



Sumber: Olahan Peneliti

Gambar 4 (After): Foto panel samping lain yang menunjukkan ingredients/how to serve.

Sumber: Olahan Peneliti

"Mealz Up" memang menandai lompatan dari model food-service (menu harian berbasis delivery) menuju produk kemasan yang secara kasatmata lebih cocok untuk kanal ritel dan e-commerce. Secara visual, perubahan paling nyata adalah hadirnya elemen-elemen yang membuat produk terlihat "retail-like": identitas merek dan varian yang jelas di lid, ikon ready-to-heat (2–3 menit), serta panel informasi yang memberi sinyal profesionalisme (misalnya nutrition facts dan petunjuk penyajian). Secara operasional, perubahan kemasan juga mengubah cara produk "berinteraksi" dengan pasar. Produk ritel harus mampu mempertahankan konsistensi kualitas dan pengalaman konsumen tanpa kontrol langsung dari dapur layanan (yang biasanya dapat dikoreksi saat itu juga). Artinya, begitu produk berpindah dari lingkungan cloud kitchen ke lingkungan ritel, kualitas tidak boleh bergantung pada improvisasi harian; ia harus dijaga oleh sistem—SOP, standar bahan baku, kontrol proses, dan dokumentasi batch—karena produk kini beredar di luar pengawasan produsen.

Namun, peningkatan market readiness pada level "tampak ritel" tidak sama dengan kesiapan masuk pasar Malaysia. Untuk target Malaysia, yang menentukan bukan hanya estetika kemasan, tetapi kepatuhan informasi dan kredibilitas klaim yang bisa diuji oleh pihak lain. Distributor, ritel modern, dan otoritas kepatuhan menilai produk sebagai risk object: mereka ingin bukti bahwa informasi di label dapat dipertanggungjawabkan dan bahwa produsen memiliki sistem minimal untuk mengelola risiko. Di sinilah keterbatasan "perubahan kemasan saja": kemasan bisa tampak profesional, tetapi jika label tidak memenuhi elemen-elemen yang lazim disyaratkan (misalnya pernyataan berat bersih yang eksplisit, penandaan tanggal yang jelas, struktur daftar bahan yang rapi dan konsisten, deklarasi alergen, identitas produsen, serta kode batch/lot untuk traceability), maka produk tetap akan dianggap belum siap. Lebih jauh, klaim seperti "ambient" dan "masa simpan" tidak bisa dibiarkan berdiri sebagai klaim pemasaran; klaim tersebut harus ditopang oleh chain of evidence berupa dokumen proses dan rencana pembuktian.

Karena itu, kalimat "harus diuji lewat audit label dan audit dokumen" bukan formalitas akademik, melainkan mekanisme verifikasi untuk membedakan "kemasan yang terlihat siap" dari "produk yang benar-benar dapat diterima kanal formal." Audit label berfungsi menilai apakah kemasan telah memuat informasi yang cukup, konsisten, dan dapat diverifikasi untuk kepentingan kepatuhan dan perlindungan konsumen (misalnya apakah komposisi ditulis dalam format yang benar, apakah ada deklarasi alergen, apakah tanggal dan batch code memungkinkan penarikan produk bila terjadi masalah). Sementara audit dokumen menilai apakah produsen memiliki perangkat operasional yang membuat label itu kredibel: SOP produksi dan pengemasan, format batch record, kontrol bahan baku, serta compliance dossier yang menunjukkan bahwa perusahaan

memahami dan mengelola prasyarat masuk pasar. Dengan dua audit ini, perubahan akibat PkM dapat ditunjukkan secara objektif melalui perbandingan sebelum–sesudah, sehingga artikel PkM tidak jatuh menjadi narasi promosi, tetapi menjadi laporan peningkatan kapabilitas yang dapat ditelusuri buktinya.

3. Label/Kemasan (Before–After): Temuan, Perbaikan, dan Gap yang Masih Tersisa

Peralihan dari model food-service/cloud kitchen menuju produk siap saji dalam kemasan menempatkan label dan kemasan bukan lagi sebagai elemen estetika atau pelengkap pemasaran, melainkan sebagai instrumen kepatuhan dan manajemen risiko. Pada konteks layanan makanan berbasis delivery, hubungan produsen–konsumen masih "pendek": produk dikonsumsi segera, keluhan dapat ditangani langsung, dan banyak informasi produk tersampaikan melalui platform pemesanan atau komunikasi penjual. Namun ketika produk dikemas untuk ritel dan e-commerce lintas wilayah—terlebih dengan proyeksi masuk pasar Malaysia—label menjadi sumber informasi utama yang harus berdiri sendiri: ia harus memberi kejelasan, membangun kepercayaan, sekaligus menyediakan basis verifikasi bagi distributor/retailer.

Karena itu, evaluasi label/kemasan dalam kegiatan PkM ini dilakukan melalui pendekatan before–after untuk menangkap perubahan nyata yang terjadi dari kondisi awal (kemasan berorientasi layanan) menuju kondisi setelah pendampingan (kemasan berorientasi ritel). Fokus pembahasan tidak berhenti pada "kemasan lebih menarik", tetapi menilai sejauh mana arsitektur informasi pada label telah bergerak menuju standar ritel yang lebih dapat diaudit: apakah elemen informasi utama sudah hadir dan konsisten, apakah klaim produk memiliki struktur yang lebih tertib, dan apakah desain kemasan mendukung keterbacaan serta kredibilitas di rak dan thumbnail marketplace.

Dengan kerangka tersebut, bagian ini memaparkan tiga hal secara berurutan: (1) temuan baseline yang menunjukkan keterbatasan label/kemasan ketika bisnis masih berorientasi food-service; (2) perbaikan yang dihasilkan melalui pendampingan, khususnya pada penguatan elemen "retail-like" (identitas produk, panel informasi, petunjuk penggunaan) yang meningkatkan market readiness; dan (3) gap yang masih tersisa—yakni elemen-elemen hard compliance dan traceability yang lazim diminta pada distribusi lintas negara—sebagai agenda tindak lanjut agar lini produk Mealz Up dapat bergerak dari sekadar "siap dipasarkan" menuju "siap diterima kanal ritel formal."

Tabel 1. Audit Label/Kemasan Before–After (Kesiapan Ekspor Malaysia – berbasis elemen)

Elemen Label (Audit)	Before (Food-service Kebuli Al-Khalid)	After (Mealz Up v1)	Catatan Temuan & Implikasi
Identitas merek & nama produk	1	2	Setelah PkM, identitas merek dan varian lebih jelas (Gbr 2).
Berat bersih (NET WT)	0	0 - 1	Pada kemasan Mealz Up terlihat "serving size 250 g" di panel gizi, namun ini bukan pernyataan berat bersih; perlu "NET WT 250 g" di panel utama.
Informasi gizi (Nutrition Facts)	0	2	Setelah PkM sudah ada panel gizi bilingual (Gbr 3). Ini lonjakan besar menuju standar ritel.
Daftar komposisi/ingredients	0 – 1	1	Sudah ada ingredients (Gbr 4), namun format masih perlu ditertibkan: urutan bahan, konsistensi istilah, dan sub-ingredients bila relevan.
Deklarasi alergen	0	0	Belum terlihat "Contains: soy/wheat/gluten", padahal komponen

			seperti soy sauce berisiko mengandung alergen. Ini titik rentan untuk ritel.
Petunjuk penyajian	1	2	Instruksi "microwave 2–3 menit" jelas (Gbr 4). Ini nilai jual dan informasi penggunaan.
Petunjuk penyimpanan	0	0 - 1	Produk diklaim ambient; label perlu menyatakan kondisi simpan yang eksplisit dan konsisten dengan klaim shelf-life.
Date marking (Best before)	0 – 1	1	Ada kolom "Best Before" (Gbr 3), tetapi harus dipastikan format tanggal jelas dan terbaca.
Kode batch/lot (traceability)	0	0	Tidak ada kode batch/lot. Tanpa ini, traceability lemah.
Identitas produsen (nama & alamat)	0 – 1	0 - 1	Tidak ada; untuk ekspor harus ditampilkan lengkap.
Barcode	0	0	Tidak ada; biasanya prasyarat ritel modern.
Klaim halal	1	1	Ada logo halal (Gbr 2), tapi untuk target Malaysia harus diperjelas otoritas dan nomor sertifikat (agar tidak dianggap "logo generik").

Sumber: Olahan Peneliti

Hasil Tabel 2 menunjukkan adanya lompatan signifikan dari kemasan berorientasi food-service (Before) menuju produk kemasan yang lebih "retail-like" (After/Mealz Up v1). Peningkatan paling kuat tampak pada elemen yang langsung membangun kredibilitas ritel, yaitu identitas merek & varian yang lebih jelas, keberadaan panel Nutrition Facts bilingual, serta petunjuk penyajian yang terstruktur—tiga elemen ini sebelumnya tidak muncul atau sangat minimal pada kemasan food-service. Secara praktis, ini berarti Mealz Up sudah memiliki basic retail architecture yang memungkinkan produk tampil lebih meyakinkan di rak dan kanal e-commerce.

Namun, tabel yang sama juga menegaskan bahwa untuk target Malaysia, perbaikan visual belum otomatis berarti "siap masuk". Masih ada gap hard-compliance yang menjadi titik rawan bagi distributor/retailer, terutama: pernyataan berat bersih (NET WT) yang harus eksplisit (bukan sekadar "serving size"), ketiadaan deklarasi alergen, belum tampaknya kode batch/lot untuk traceability, serta elemen pendukung ritel seperti identitas produsen lengkap dan barcode. Dengan demikian, temuan utama tabel adalah: program telah berhasil menggeser produk ke format ritel yang lebih kredibel, tetapi kesiapan ekspor Malaysia masih membutuhkan penutupan gap pada elemen label yang dapat diaudit dan menjadi prasyarat kanal distribusi formal.

KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) "Bantuan Pengembangan Produk dari PT Instan Meals Global untuk Membuka Potensi Pasar Ekspor Malaysia" menghasilkan perubahan kapabilitas yang nyata pada mitra dengan menggeser orientasi bisnis dari food-service/cloud kitchen (Kebuli Al-Khalid) menuju pengembangan lini produk siap saji dalam kemasan melalui product line extension Mealz Up. Secara market-facing, transformasi ini meningkatkan market readiness karena produk menjadi lebih "retail-like" dan lebih kompatibel dengan kanal ritel/e-commerce, ditunjukkan oleh penguatan identitas merek/varian, kehadiran panel informasi (misalnya nutrition facts), serta petunjuk penyajian yang lebih terstruktur.

Namun, hasil audit before–after juga menegaskan bahwa kesiapan masuk pasar Malaysia tidak dapat disimpulkan hanya dari perbaikan visual kemasan. Masih terdapat kesenjangan pada elemen hard compliance dan auditability yang lazim menjadi prasyarat distributor/retailer lintas negara, terutama terkait pernyataan berat bersih (NET WT) yang eksplisit, deklarasi alergen, kode

batch/lot untuk ketertelusuran, serta penataan identitas produsen dan elemen ritel seperti barcode. Oleh karena itu, capaian PkM paling kuat bukan sekadar "kemasan baru", melainkan peningkatan kesiapan melalui penyusunan artefak pendukung yang dapat diaudit—business plan berorientasi ekspor, paket SOP, template dokumentasi batch, compliance dossier, serta rencana validasi shelf-life sebagai peta jalan pembuktian klaim produk.

Secara keseluruhan, PkM ini menunjukkan bahwa pendampingan UMKM/SME pangan untuk target pasar ASEAN akan lebih efektif bila menekankan pendampingan berbasis luaran dan evaluasi before–after berbasis checklist, karena pendekatan ini mampu memperjelas perubahan kapabilitas sekaligus mengidentifikasi gap yang harus ditutup sebelum ekspor. Tindak lanjut yang disarankan adalah finalisasi elemen compliance yang belum terpenuhi, implementasi disiplin traceability melalui batch record, serta eksekusi rencana validasi shelf-life untuk memastikan keselarasan antara klaim produk dan bukti yang dapat dipertanggungjawabkan dalam kanal distribusi formal.

DAFTAR PUSTAKA

Gary, 2025. ASEAN Ascends – Malaysia: A Gateway for Global Halal Food Opportunities | HKTDC Research [online]. *HKTDC Research*. Available from: https://research.hktdc.com/en/article/MjA5MjcwNTc0Mw?utm_source=chatgpt.com [Accessed 29 Jan 2026].

Safari, A. and Saleh, A.S., 2019. Key determinants of SMEs' export performance: a resource-based view and contingency theory approach using potential mediators. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 35 (4), 635–654.

Siregar, F.S. and MA, D.S., 2024. Will Indonesia Surpass Malaysia in SGIE? *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10 (1), 918.

USDA FAS GAIN, 2024. Revised Malaysian Labeling Requirements effective 1 Jan 2024 [online]. *USDA FAS GAIN*. Available from: https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Revised+Malaysian+Labeling+Requirements+Effective+January+1_Kuala+Lumpur_Malaysia_MY2023-0015.pdf&utm_source=chatgpt.com [Accessed 29 Jan 2026].

Wartiningsih, E., Madhe, N., Sugianingsih, W., Mariam, I., and Latianingsih, N., 2026. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat melalui Pemanfaatan Lahan Kosong dengan Budidaya Terintegrasi di Desa Beji Timur , Depok. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7 (1), 391–398.