



**SOSIALISASI UMKM PENTINGNYA PENGGUNAAN LABELING, PACKAGING
SEBAGAI DAYA TARIK PEMBELI DI DESA JELANTIK**

Mulhidin^{1*}, Ma'ruf Alqifari²

¹Sekolah Tinggi Teknik Lingkungan (STTL), (Mataram), (Indonesia)

²Universitas Pendidikan Mandalika (UNDIKMA), (Mataram), (Indonesia)

*Corresponding author email: idin.sida@mail.com

History Article

Article history:

Received August 7,
2024

Approved September
28, 2024

Keywords:

*Labeling, Packaging,
UMKM. Desa Jelantik*

ABSTRACT

Jelantik Village is a village located in Jonggat District, Central Lombok Regency, West Nusa Tenggara Province. In this village, especially in Dangah Hamlet, there are producers of traditional snacks which are produced by the community in each resident's home. In principle, the community as MSMEs produces snack products and sells them directly to the market, either the daily market or the weekly market in Jelantik Village. To increase the purchasing power and attractiveness of the community as consumers towards the products marketed by MSMEs, through service carried out in Jelantik Village, Jonggat District, Central Lombok Regency. In this village, in several MSMEs there are many products that do not have labels on the packaging of the products being sold. Considering the important role of labeling in packaging, this community service program will focus on outreach programs and assisting MSMEs in making labeling and packaging. Therefore, the aim of this community service program is to help MSMEs to further develop their businesses in terms of packaging and creating logos to attract buyers and make their products better known on the market. This activity is expected to have a positive impact on MSME players apart from increasing partners' knowledge in product labeling as well as having new packaging and attracting consumers, so that in the future it is hoped that MSME players' products will become better known in the market thereby increasing sales.

ABSTRAK

Desa Jelantik adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Jonggat, Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Di Desa ini, khususnya di Dusun Dangah terdapat produsen jajanan tradisional yang di produksi oleh masyarakat di rumah masing masing warga. Pada prinsipnya masyarakat selaku pelaku UMKM menghasilkan

produk jajanan dan langsung di perjual belikan ke pasar, baik pasar harian atau pasar mingguan yang ada di Desa Jelantik. Untuk meningkatkan daya beli dan daya tarik masyarakat selaku konsumen terhadap produk yang dipasarkan pelaku UMKM ini, melalui pengabdian yang dilakukan di Desa Jelantik Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah. Di Desa in, pada beberapa UMKM yang ada banyak produk yang belum memiliki label pada kemasan produk yang dijual. Mengingat pentingnya peran labeling dalam kemasan maka program pengabdian masyarakat ini akan difokuskan para program sosialisasi serta membantu para pelaku umkm dalam pembuatan labelling dan packaging. Oleh karena itu tujuan program pengabdian masyarakat ini yaitu membantu para pelaku UMKM untuk lebih mengembangkan usaha dalam segi kemasan dan pembuatan logo untuk menarik minat pembeli serta produk lebih dikenal dipasaran. Kegiatan ini diharapkan memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM selain meningkatkan pengetahuan mitra dalam labelling produk serta memiliki kemasan baru serta menarik konsumen, sehingga nantinya diharapkan produk pelaku UMKM semakin dikenal dipasaran sehingga meningkatkan penjualan

© 2024 Jurnal NGABDI Lichen Institute

PENDAHULUAN

Persaingan pasar antara pelaku UMKM dan Produk pabrik, khususnya jajanan dirasakan oleh pelaku UMKM di Desa Jelantik, dan dampaknya sangat signifikan, terlebih lagi para pelaku UMKM ini, khususnya ibu ibu penghasil jajanan tradisional yang masih dikelola secara sederhana, sehingga nilai jual terkadang sangat rendah dan tidak menentu. Menurunnya tingkat pendapatan pelaku UMKM ini mengakibatkan krisis ekonomi yang dialami para pelaku UMKM. Dalam kondisi seperti hari ini, UMKM perlu mendapatkan modal dan menaikkan omset guna menjaga persaingan pasar yang mana para pelaku UMKM diperlukan untuk mengubah strategi pemasaran dan penjualan produk mereka. Pemasaran berorientasi pada bagaimana pemilik bisnis atau perusahaan memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

Saat ini mekanisme pemasaran, sudah mulai dijalankan dengan cara online disemua level produk yang dipasarkan oleh pelaku usaha. Sehingga adanya pergerseran model penjualan ini, membuat pelaku UMKM harus beradaptasi dengan strategi pemasaran yang dijalankan, karena Strategi pemasaran sekarang tentu tidak mudah untuk menjual produk hanya dengan mengandalkan metode offline. Selain itu, kompetisi yang semakin ketat, juga mengharuskan pengusaha untuk berinovasi agar tidak bersaing dengan upaya serupa untuk itu, kami memberikan kontribusi kecil dari tenaga dan pemikiran untuk membantu bisnis kecil tetap lebih dan tumbuh dalam semua jenis situasi.

Sementara pemasaran offline dilakukan dengan melakukan penjualan langsung ke pasar harian serta pasar mingguan yang ada di Desa Jelantik, serta kerjasama dengan para penjual ke warung, kantin sekolah dan toko - toko di sekitar Desa Jelantik. Kemudian untuk berinovasi dengan mengganti kemasan menggunakan kemasan plastik yang berdiri ukuran

lebih besar dari kenaikan nilai penjualan dan ketahanan produk. Pelabelan produk sebelumnya yang memang para pelaku UMKM di Desa Jelantik belum menggunakan label pada produk yang para mitra jual. Oleh karena itu, kami berupaya untuk membantu para pelaku UMKM dalam pembuatan label dalam bentuk stiker yang terkini. Selain itu aspek yang tidak dapat diabaikan dalam dunia bisnis, khususnya pada industri makanan adalah *packaging* (pengemasan). Bahkan dalam persaingan komersial yang kompetitif, selain harga dan produk yang berkualitas, *packaging* merupakan faktor penting dalam menambah daya jual untuk pembeli. Sehingga *packaging* tidak hanya berfungsi sebagai melindungi produk dari kerusakan dari penyimpanan dan penjualan produk, pengemasan yang menarik akan dijadikan pembanding oleh konsumen yang akan dibandingkan oleh produk lain, karena *packaging* dapat mempengaruhi respond dari konsumen saat melakukan pembelian produk yang diproduksi oleh pelaku UMKM yang ada.

Kegiatan Pengabdian masyarakat ini dilakukan di Desa Jelantik, Dusun Dangah yang berada di Kecamatan Jonggat, Kabupaten Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat, Indonesia. Di Desa Jelantik, sebagian masyarakatnya memiliki UMKM yang dijalankan di rumah masing-masing, pada beberapa UMKM yang ada di desa ini banyak produk yang belum memiliki label pada kemasan produk yang dijual. Bagian dari kemasan suatu produk dapat dijadikan sebagai media komunikasi antar produsen. Label pada kemasan sering kali diabaikan oleh pelaku UMKM. Padahal dalam Peraturan Pemerintah Nomor 69 tahun 1999 telah mengatur tentang kewajiban untuk mencantumkan label pada kemasan pangan. Namun, para pelaku UMKM lebih memberikan prioritas utama pada pada strategi pemasaran produk dan mengabaikan faktor pendukung dalam melaksanakan strategi pemasaran serta menghasilkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Dengan demikian pelaku UMKM perlu memberikan prioritas dalam hal manajemen produk khususnya labeling pada kemasan produk.

Berdasarkan latar belakang dan kondisi hasil observasi, maka dapat ditarik beberapa permasalahan yang dialami oleh UMKM yang berada di Desa Jelantik yaitu; (1) Kurangnya pemahaman para pelaku UMKM terkait pentingnya pemasangan logo (Labeling) dan kemasan (Packaging) yang menarik dan terkini sebagai daya tarik pembeli. (2) Para pelaku UMKM tidak memahami cara pembuatan disain logo dan belum menerapkan labeling pada kemasan produk yang dijual sehingga susah untuk bersaing pasalnya kemasan yang kurang inovatif dan tidak memiliki logo menyebabkan produk susah dikenal di pasaran saat ini, sehingga menyebabkan para pembeli beralih dan kurang berminat membelinya.

METODE

Berdasarkan permasalahan diatas, maka solusi alternatif yang dapat diberikan bagi para UMKM dalam kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Jelantik untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu (1) Dengan memberikan sosialisasi kepada para pelaku UMKM pentingnya *Labeling* dan *Packaging* sebagai daya tarik pembeli serta membantu para UMKM dalam melakukan pengembangan kemasan dan menginovasi para pelaku UMKM untuk lebih mengembangkan produk melalui *labelling* dan *packaging* (2) Membantu para UMKM dalam pembuatan logo disain dalam bentuk stiker dan kemasan yang layak dan menarik sehingga dengan adanya *labeling* ini membantu produk para pelaku UMKM dapat semakin dikenal di pasaran serta dapat meningkatkan penjualan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam kurun waktu 7 hari dimana dengan kegiatan pelaksanaan program kerja ini dilakukan melalui beberapa tahap dimana diawali dengan melakukan observasi bertemu mitra dengan mengunjungi rumah atau

tempat pelaku usaha, pada tahap ini dilakukan dengan mencari informasi terkait permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM dengan mewawancarai para mitra UMKM yang ada di Desa Jelantik. Pengabdian ini dikaji dengan beberapa kegiatan yaitu melakukan sosialisasi mengenai pentingnya labelling dan packaging dengan mengunjungi langsung para pelaku UMKM, memberikan pendampingan terkait dengan pembuatan disain logo yang akan digunakan pada kemasan sehingga akan menarik minat pembeli.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sosialisasi Para Pelaku UMKM Terkait Pentingnya Labeling dan Packaging

Berdasarkan hasil observasi dengan mewawancarai para pelaku UMKM di Desa Jelantik, maka diperoleh beberapa permasalahan yang dihadapi para mitra, masalah yang berhasil kami dapatkan ini menjadi dasar dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yakni kurangnya pengetahuan dan pemahaman para mitra terkait dengan pentingnya *labelling* pada kemasan produk yang akan menambah daya tarik minat pembeli.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Jelantik hasil kerjasama antara dosen dengan Mahasiswa Program Studi Manajemen ini dengan judul Sosialisasi UMKM Pentingnya Penggunaan *Labeling* Dan *Packaging* Sebagai Daya Tarik Pembeli Desa Jelantik telah berhasil dengan cara melalui sosialisasi edukasi mengenai sosialisasi mengenai pentingnya *labelling* dan *packaging*, dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini, kami melakukan sosialisai dengan bertemu langsung mengunjungi para pelaku UMKM di Desa Jelantik dengan memberikan pengetahuan serta pemahaman mengenai betapa pentingnya pemasangan *labeling* pada produk yang mitra jual.

Proses kegiatan ini sangat didukung oleh antusias para pelaku UMKM saat menerima arahan serta pemaparan materi yang mudah dipahami oleh mitra UMKM. Setelah dilakukannya program kerja sosialisasi UMKM kepada mitra berhasil dalam membuat dan mengedukasi para pelaku UMKM mengenai pentingnya *labeling* pada kemasan, yang bertujuan untuk menarik minat pembeli serta meningkatkan penjualan. Dalam hal ini memberikan inovasi-inovasi yang dibutuhkan oleh UMKM yang ada di Desa Jelantik agar mengalami peningkatan dan produk produk yang ditawarkan lebih banyak dikenal. Dan memperluas segmen pasar yang sebelumnya kurang luas mereka garap atau pasarkan.

2. Melakukan Pendampingan Dalam Pembuatan Logo Pada Kemasan Pelaku UMKM

Dalam pengembangan inovasi *packaging* dan *labelling* pada produk mengakibatkan kemasan menjadi kurang menarik dipasaran, selama ini mitra atau pelaku UMKM hanya terfokus dalam memproduksi jajanan tradisional yang mereka pasarkan saja, mengejar kuantitas produk yang mereka pasarkan setiap harinya. Keberadaan ini membutuhkan inovasi terhadap produk yang ada dengan melakukan *labelling* yang ditempelkan pada setiap kemasan.

Pada kegiatan ini kami membantu para mitra dalam mendisain serta memberikan arahan terkait dengan pencetakan logo dalam bentuk disain yang lebih terkini serta logo dalam bentuk stiker yang akan memudahkan mitra dalam pemasangan pada kemasan serta memberikan edukasi terkait cara pencetakan logo dalam bentuk stiker. Dalam disain logo memberikan informasi terkait dengan nama merek produk, nama pemilik produk, dan nomor telepon yang dapat dihubungi jika ada konsumen yang ingin melakukan

pemesanan. Label ini berfungsi untuk meningkatkan produk agar lebih mudah dikenal dan lebih mudah ditemukan oleh konsumen. Karena konsumen lebih tertarik pada produk yang memiliki label dibandingkan dengan produk yang tidak memiliki label.

Dalam proses *packaging* disini menggunakan plastik yang sesuai dengan produk yang mitra jual sehingga akan menambah kesan kemasan produk yang menarik serta menjamin ketahanan produk sehingga memberikan kesan bahwa produk berkualitas. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini terdapat faktor hambatan yang ditemukan yaitu kesulitan dalam memberikan pemahaman dalam pembuatan logo karena kurangnya pengetahuan serta kurang pemahaman pelaku usaha maksud dari urgensi dalam penggunaan logo bagi produk yang mereka pasarkan serta minimnya pemahaman mereka dalam penggunaan dan pencetakan logo yang dikirimkan yang bisa digunakan para mitra UMKM selanjutnya agar tinggal di cetak.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya *labeling* dan *packaging* bagi pelaku UMKM, khususnya warga Desa Jelantik yang memproduksi dan menjual produk makanan berupa jajanan tradisional sebagai daya tarik pembeli dan lebih dikenal dipasaran dan membantu dalam pembuatan logo produk serta kemasan. Keterlibatan kegiatan ini adalah kebutuhan untuk memodifikasi pengemasan produk pelaku UMKM selalu menggunakan kemasan “konsensional” untuk membuat perubahan kemasan, baik dari segi bahan maupun disain. Khususnya para mitra usaha untuk memperhatikan penggunaan *labeling* dan *Packaging* dalam produk yang jelas dan mudah dimengerti oleh konsumen sehingga penjualan menjadi lebih meningkat. Dari keseluruhan kegiatan yang dilaksanakan semuanya berhasil mencapai sesuai target yang diinginkan. Kegiatan ini berhasil dicapai karena besarnya partisipasi pihak para pelaku UMKM dalam pelaksanaan pengabdian pada masyarakat. Program Pengabdian Pada Masyarakat yang dilaksanakan oleh Dosen dan Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Mandalika sudah terlaksana dengan baik. Besar Harapan kami agar setelah ini kegiatan yang telah kami lakukan dapat terus dilaksanakan oleh para pelaku UMKM Desa Jelantik agar dapat meningkatkan pemasaran serta penjualan dengan mencantumkan logo produk serta kemasan yang terkini.

REFERENCES

- Alqifari, Ma'ruf & Sulaeman. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Tempe Di Desa Jelantik (Studi Di Home Industri Tempe “Batur). Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP), 5(4), 575-1587.
- Emilda, E., Wulandari, T., & Lazuardi, S. (2022). Pendampingan UMKM Penjual Jamu Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Kemasan, Merek, dan Label. Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal, 5(1), 53-60.
- Herudiansyah, G., Candra, M., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan pentingnya label pada kemasan produk dan pajak pada usaha kecil menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. Suluh Abdi, 1(2).

- Junarta, Harbyanto & Sulaeman. (2024). The Influence of Brand Ambassadors on Brand Image and Purchase Decisions for Nike Shoes in Mataram City. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, 8(1), 161-171.
- Lusianingrum, F. P. W., Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2021). Pelatihan labeling kemasan produk UMKM mitra binaan Posyantek Al-Ikhlas. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(2), 624-632.
- Perwitasari, D. A. (2021). Branding Produk Label Kemasan Sebagai Upaya Pengembangan Daya Tarik Pemasaran pada UMKM Rengginang di Kelurahan Pakistaji Wonoasih Kota Probolinggo. *Jurnal Abdi Panca Marga*, 2(1).
- Sujarwadi, A., Musa, A., & Karim, A. A. (2019). Wikrama Parahita: *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Sulaeman & Alqifari, Ma'ruf. (2021). "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Industri Tempe (Studi Kasus Pada Home Industri Tempe Batur Di Desa Jelantik)". *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, 5(4), 575-1587.
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1),191. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>.
- Setiawati, S. D. (n.d.). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah.
- Sudarwati, Y., & Satya, V. E. (2013). STRATEGI PENGEMBANGAN MEREK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH. 4(1).