

SOSIALISASI UMKM PENTINGNYA PENGGUNAAN LABELING DAN PACKAGING SEBAGAI DAYA TARIK PEMBELI DESA KERAMBITAN

Ni Nyoman Putri Karmila Sari¹⁾, Nyoman Yoga Pranantha²⁾ I Gusti Ayu Asri
Pramesti³⁾, I Komang Budiarta⁴⁾

Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: asripramesti@unmas.ac.id

ABSTRAK

Covid-19 berdampak pada segala sektor, salah satunya pada sektor ekonomi khususnya dirasakan sangat signifikan oleh para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), akibat dari covid-19 menurunnya daya beli masyarakat sehingga mengakibatkan krisis ekonomi yang dialami UMKM. Oleh karena itu melalui pembinaan dan bantuan untuk pelaku UMKM melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di Desa Kerambitan yang berada di Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan, Bali, Indonesia. Di Desa Kerambitan sebagian masyarakatnya memiliki UMKM yang dijalankan dirumah masing-masing warga, pada beberapa UMKM yang ada di desa kerambitan 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.

Kata kunci: Covid-19, *Labeling*, *Packaging*, UMKM, Pengabdian Kepada Masyarakat

ANALISIS SITUASI

Covid-19 berdampak pada segala sektor, salah satunya pada sektor ekonomi khususnya dirasakan sangat signifikan oleh para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), akibat dari covid-19 menurunnya daya beli masyarakat sehingga 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. Strategi pemasaran ketika pandemi seperti 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 dipercayakan ke warung dan toko - toko di sekitar Desa Kerambitan. 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 Kerambitan 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 industry 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 respon dari konsumen saat melakukan pembelian produk.

Pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Universitas Mahasaraswati Denpasar merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memberi kesempatan kepada para mahasiswa untuk menyalurkan ilmu yang didapatkan di bangku perkuliahan. Dari Pengabdian Masyarakat yang dilakukan oleh Dosen dan Mahasiswa diharapkan dapat dengan adanya kegiatan ini dapat melatih kepekaan terhadap suatu tempat yang memberikan dampak baik untuk pendekatan terhadap lingkungan. Kegiatan Pengabdian masyarakat ini dilakukan di Desa Kerambitan yang berada di Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan, Bali, Indonesia. Di Desa Kerambitan sebagian masyarakatnya memiliki UMKM yang dijalankan dirumah masing-masing, pada beberapa UMKM yang ada di desa kerambitan 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 menghasilakan kepuasan dan loyalitas konsumen. Dengan demikian pelaku UMKM perlu memberikan prioritas dalam hal manajemen produk khususnya labeling pada kemasan produk.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil analisis situasi, maka dapat ditarik beberapa permasalahan yang dialami oleh UMKM yang berada di Desa Kerambitan 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.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dengan adanya pengabdian masyarakat dari kalangan akademisi yang akan membantu masyarakat dalam menghadapi dampak bencana Covid-19 khususnya pada bidang UMKM. Berdasarkan permasalahan diatas, maka solusi alternatif yang dapat diberikan bagi para UMKM Desa Kerambitan 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.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam kondisi pasca pandemic covid -19 sehingga pada saat pelaksanaan tetap memperhatikan dan menjalankan protokol kesehatan. Kegiatan ini berlangsung dalam kurun waktu 42 hari dimana dengan kegiatan pelaksanaan program kerja ini dilakukan melalui bebreapa 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 Kerambitan. Pegabdian 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 manarik minat pembeli.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

1. Sosialisasi Para Pelaku UMKM Terkait Pentingnya *Labeling* dan *Packaging*

Berdasarkan hasil observasi dengan mewawancarai para pelaku UMKM di Desa Kerambitan maka diperoleh beberapa permasalahan yang dihadapi para mitra dimana ini menjadi dasar dalam kegiatan pengabdian masyarakat yakni kurangnya pengetahuan dan pemahaman para mitra terkait dengan pentingnya *labelling* pada kemasan produk yang akan manambah daya tarik minat pembeli. Dalam kegiatan

pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Kerambitan ini dengan judul Sosialisasi Umkm Pentingnya Penggunaan Labeling Dan Packaging Sebagai Daya Tarik Pembeli Desa Kerambitan 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 Kerambitan dengan memberikan pengetahuan serta pemahaman mengenai betapa pentingnya pemasangan *labeling* pada produk yang mitra jual. Proses 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 Kerambitan agar mengalami peningkatan dan produk-produk yang ditawarkan lebih banyak dikenal. Dan memperluas segmen pasar yang sebelumnya kurang luas akibat adanya dampak dari covid-19.



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi Para Pelaku UMKM Terkait Pentingnya Labeling dan Packaging Sebagai Daya Tarik Pembeli

2. Melakukan Pendampingan Dalam Pembuatan Logo Pada Kemasan Pelaku UMKM

Dalam pengembangan inovasi *packaging* dan *labelling* pada produk mengakibatkan kemasan menjadi kurang menarik dipasaran. 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 dalam penggunaan alat *smartphone* yang digunakan. dalam pengiriman disain logo yang bisa digunakan para mitra UMKM selanjutnya agar tinggal di cetak.



Gambar 2. Pendampingan Dalam Pembuatan Logo Pada Kemasan Dan Pemasangan Logo Pada Kemasan

KESIMPULAN DAN SARAN

Covid-19 berdampak sangat signifikan bagi masyarakat salah satunya pada faktor ekonomi. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu masyarakat untuk menghadapi masalah yang timbul dari pandemi covid-19 dengan berjudul “Sosialisasi UMKM Pentingnya Penggunaan Labeling dan Packaging Sebagai Daya Tarik Pembeli Desa Kerambitan”. Kegiatan ini telah meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya *labeling* dan *packaging* sebagai daya tarik pembeli dan lebih dikenal dipasaran dan membantu dalam pembuatan logo produk serta kemasan. Keterlibatan kegiatan ini adalah kebutuhan untuk memodifikasi pengemasan perusahaan atau industri yang 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 Universitas Mahasaraswati Denpasar sudah terlaksana dengan baik. Besar Harapan kami agar setelah ini kegiatan yang telah kami lakukan dapat terus dilaksanakan oleh para pelaku UMKM Desa Kerambitan agar dapat meningkatkan pemasaran serta penjualan dengan mancantumkan logo produk serta kemasan yang terkini.

DAFTAR PUSTAKA

- 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., Candera, 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).
- Kadi, D. C. A., Fauzi, R. U. A., & Purwanto, H. (2022). Labeling Dan Packaging Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Keripik Tempe Barokah Desa Garon Balerejo Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat" Wiryakarya"*, 1(01).
- Kadi, D. C. A., Fauzi, R. U. A., & Purwanto, H. (2022). Labeling Dan Packaging Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Keripik Tempe Barokah Desa Garon Balerejo Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat" Wiryakarya"*, 1(01).
- LPPM. 2018. *Buku Pedoman Pengabdian Kepada Masyarakat*, Denpasar. Universitas Mahasaraswati Denpasar
- 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 Kamasan Sebagai Upaya Pengembangan Daya Tarik Pemasaran pada UMKM Rengginang di Kelurahan Pakistaji Wonoasih Kota Probolinggo. *Jurnal Abdi Panca Marga*, 2(1).