



PENDAMPINGAN PEMBUATAN LABEL PADA PRODUK KEMASAN UMKM DI DESA BESUK, KECAMATAN BANTARAN, KABUPATEN PROBOLINGGO

**Taufikurrahman, Ahmad Riki Baihaqi Yusuf, Ucik Fatimatuzzahro, Ernesta
Febriari Rahmawati, Farah Fadila Aprilia, Ayu Nur Fadillah, Putri Setiawati,
Fera Tri Aidhaningtyas, Nabilah Rahma Krisna, Deva Surya Murti, Setyo
Febri Laksana Putra, I Gede Ardiyana**

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Jl. Raya Rungkut Madya No. 1, Gununganyar, Surabaya, Jawa Timur
Email : Kkntematikprobolinggo120@gmail.com

ABSTRACT

Marketing strategy holds a very important control in the success of product acceptance in the community, but many Small and Medium Enterprise (SME) ignore this. Labels and packaging are one of the keys for Small and Medium Enterprise (SME) to further increase the selling value of their products. Empowerment activities to improve the quality of Small and Medium Enterprise (SME) are carried out through assistance in making labels on packaged products. The object of this activity is Small and Medium Enterprise (SME) actors in Besuk Village, Bantaran District, and Probolinggo Regency. One of the Small and Medium Enterprise (SME) products in this village is banana chips, cassava chips, elephant ears, and lard. The problem with these Small and Medium Enterprise (SME) is the low quality of label and packaging designs for their products, as well as the lack of supporting facilities and infrastructure for designing product packaging labels. So that the products of Small and Medium Enterprise (SME) partners are less attractive than similar competitor products. The Small and Medium Enterprise (SME) products in Besuk Village it self also do not have a broad market share, so they are constrained in increasing the number of products that will be produced. Implementation methods used include: 1) pre-activity; 2) core activities; 3) activity evaluation. Where the problem solving of the Small and Medium Enterprise (SME) constraints above is in the form of assisting in making labels on packaged products so that they can meet the existing label requirements and also look more attractive. The results of the activity are in the form of training on the manufacture of product packaging labels as well as the manufacture of ready to use designs for these Small and Medium Enterprise (SME).

Keyword : Brand, Mentoring, Small and Medium Enterprise (SME)

ABSTRAK

Strategi pemasaran memegang kendali yang sangat penting dalam keberhasilan penerimaan produk di masyarakat, namun banyak UMKM yang mengabaikan hal tersebut. Label dan kemasan merupakan salah satu kunci bagi UMKM untuk lebih meningkatkan nilai jual dari produk. Kegiatan pemberdayaan peningkatan mutu UMKM dilakukan melalui pendampingan pembuatan label pada produk kemasan. Objek pada kegiatan ini adalah pelaku UMKM di Desa Besuk, Kecamatan Bantaran, Kabupaten Probolinggo. Salah satu produk UMKM di Desa ini ialah keripik pisang, keripik singkong, kuping gajah dan ladrang. Permasalahan pada UMKM ini ialah rendahnya kualitas desain label dan kemasan pada produk mereka, selain itu juga tidak adanya sarana dan prasarana yang mendukung untuk mendesain label kemasan produk. Sehingga produk mitra UMKM kurang menarik dibandingkan produk pesaing yang sejenis. Pada produk UMKM di Desa Besuk sendiri juga belum memiliki pangsa pasar pemasaran yang luas sehingga terkendala dalam peningkatan jumlah produk yang akan dihasilkan. Metode pelaksanaan yang digunakan meliputi : 1) pra kegiatan; 2) inti kegiatan; 3) evaluasi kegiatan. Dimana pemecahan masalah dari kendala UMKM diatas ialah berupa pemberian pendampingan pembuatan label pada produk kemasan agar dapat memenuhi syarat label yang ada dan juga terlihat lebih menarik. Hasil kegiatan berupa pelatihan mengenai pembuatan label kemasan produk juga pembuatan desain siap pakai bagi pelaku UMKM tersebut.



Kata Kunci : Label, Pendampingan, UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penunjang keberhasilan ekonomi di Indonesia. Menurut Tambunan (2012:22) Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha yang produktif dimana ia berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha dalam semua sektor ekonomi. Sedangkan menurut Departemen Perindustrian dan Bank Indonesia (1990) mengartikan usaha kecil berdasarkan nilai asetnya, yaitu usaha yang asetnya (tidak termasuk tanah dan bangunan) bernilai kurang dari Rp 600.000.000. UMKM sendiri dapat bertahan ditengah gejolak ekonomi Indonesia yang fluktuatif. Oleh karena itu pemerintah Indonesia berupaya untuk meningkatkan UMKM agar dapat bertahan ditengah keadaan pandemi dengan keadaan ekonomi yang fluktuatif. Jumlah UMKM di Indonesia sendiri pada saat ini mencapai 64,19 juta dengan partisipasi terhadap Produk Domesti Bruto (PDB) sebesar 61,97% atau senilai Rp 8,6 Triliun pada tahun 2021 menurut Data Kementerian Koperasi dan UMKM.

Selain itu UMKM ini memiliki dampak yang cukup besar perihal penyerapan tenaga kerja. Pasalnya, pada tahun 2020 menurut data Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) UMKM menyerap tenaga kerja hingga mencapai 97% dari daya serap dunia usaha di Indonesia. Oleh karena besarnya dampak UMKM ini bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia, pengembangan UMKM menjadi salah satau urgensi untuk menggerakkan perekonomian nasional, karena usahanya mencakup hampir semua bidang usaha di sektor ekonomi. Salah satu bentuk usaha pemerintah dalam peningkatan UMKM ialah melalui digitalisasi pemasaran. Hal ini dibuktikan dengan pasar konsumen Indonesia yang telah memanfaatkan teknologi untuk strategi pemasaran, sebanyak 48% pengguna mengunjungi toko online, 34% pengguna melakukan transaksi online via komputer atau laptop. Dan 33% pengguna melakukan transaksi online melalui perangkat *mobile phone*.

UMKM sendiri memiliki berbagai macam jenis usaha, diantaranya yang paling banyak ditekuni oleh masyarakat yakni pada bidang usaha makanan. Karena makanan merupakan kebutuhan pokok setiap manusia, sehingga keuntungannya pun dirasa menjanjikan. Biasanya para pelaku usaha UMKM memproduksi makanan menggunakan teknologi yang sederhana karena terbatasnya modal dan tempat yang ada. Para pelaku UMKM biasa memproduksi produk makanan didalam rumah tempat tinggal sehari-hari. Oleh karena keterbatasan modal dan tempat yang ada. Para pelaku UMKM sering tidak bisa menembus pasar besar. Selain karena terbatasnya hasil produksi, ada faktor lain yang mempengaruhi seperti pengemasan yang kurang aman, label yang kurang menarik dan jenis kemasan yang kurang cocok untuk masuk kedalam pasar swalayan. Namun sebenarnya terkait mutu produk telah memenuhi standar kebersihan produk makanan yang telah ditetapkan.

Para pelaku usaha UMKM sendiri kurang teredukasi terkait dengan kemasan dan label produk yang aman dan menarik. Kemasan menurut Kementerian Negara Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (2009) merupakan ilmu, seni dan teknologi yang bertujuan untuk melindungi sebuah produk saat akan dikirim, disimpan atau dijajakan. Kemasan sendiri sangat penting untuk menunjang penjualan produk. Kemasan sendiri biasa disebut "*silent promotion*". Hal itu dikarenakan jika kemasan menarik maka penjualan pun tanpa dipromosikan akan meningkat pula. Dalam fakta dilapangan, banyak pelaku UMKM yang tidak menyadari pentingnya kemasan dalam sebuah produk. Karena identitas makanan sendiri merupakan sebuah kemasan dan label makanan itu sendiri. Di Desa Besuk, Kecamatan Bantaran, Kabupaten Probolinggo sendiri merupakan Desa penghasil Satru Komak Satru Komak sendiri merupakan kue kering yang biasa disebut Satru dan biasanya terbuat dari kacang hijau. Namun untuk Satru di Kabupaten Probolinggo berbeda. Ia terbuat dari Kacang Komak (*Lablab Purpureus (L.)*). Kacang ini berasal dari Afrika dan Madagaskar, kacang ini dimanfaatkan bijinya yang berbentuk bulat pipih putih.

Meskipun dikenal dengan Desa penghasil olahan komak. Namun banyak masyarakat sekitar Desa Besuk yang membuka usaha makanan olahan lain, seperti keripik singkong, keripik pisang,

kuping gajah, rempeyek kacang dan ladrang. Salah satu masalah yang dihadapi oleh masyarakat sekitar Desa Besuk ini ialah masih rendahnya wawasan mereka terkait dengan kemasan, label produk dan juga digital marketing. Hal ini dikarenakan masyarakat yang mayoritas tidak memiliki prasarana berupa handphone android. Sehingga mereka kesusahan untuk mengakses platform digital terkait penjualan. Dari pengamatan yang diberikan, masyarakat Desa Besuk banyak yang mengemas produk usahanya dengan sederhana. Tidak ada label yang jelas dan hanya bertuliskan nama produk saja. Masyarakat Desa Besuk mengira bahwa kemasan dan label yang menarik akan menimbulkan biaya yang mahal bagi harga penjualan produknya. Padahal terdapat kemasan yang menarik dan terjangkau harganya pada masa kini.

Oleh karena itu Mahasiswa KKN melaksanakan program kerja berupa pendampingan secara berkala kepada pelaku usaha UMKM terkait dengan pembuatan label untuk membuat kemasan yang menarik. Program kerja tersebut berupa sosialisai pendampingan pembuatan label kepada pelaku UMKM di Desa Besuk melalui *Door to Door*. Sehingga diharapkan kedepannya program kerja berupa pendampingan pembuatan label ini dapat bermanfaat untuk menunjang kemasan dan label makanan yang lebih menarik sehingga meningkatkan penjualan.

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu

Program kerja berupa pendampingan pembuatan label ini dilaksanakan di rumah produksi pelaku UMKM yang berlokasi di Desa Besuk, Kecamatan Bantaran, Kabupaten Probolinggo pada tanggal 20-23 Mei 2022.

B. Pelaku Sasaran

Kegiatan berupa pendampingan pembuatan label ini melibatkan sekitar 15 warga masyarakat Desa Besuk, Kecamatan Bantaran, Kabupaten Probolinggo yang merupakan para pelaku usaha UMKM beserta karyawan yang membantu di UMKM tersebut.

C. Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan untuk penyuluhan ini akan dibagi menjadi 3 tahap yang dilaksanakan sebagai berikut :

1. Pra-Kegiatan

Dalam tahap ini dilakukan survey kemasan dan label produk kemasan UMKM di Desa Besuk, evaluasi mengenai label dan produk kemasan yang kurang menarik serta pencarian desain label dan kemasan yang menarik. Desain kemasan sebelumnya seperti yang terlihat pada Gambar 1



Gambar 1. Desain label lama

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2022

2. Inti Kegiatan

Inti kegiatan dilaksanakan ketika tahap pra-kegiatan telah dilakukan. Selanjutnya akan diadakan pendampingan pembuatan label dan kemasan secara *Door to Door* ke rumah produksi UMKM.

3. Evaluasi Kegiatan

Dalam tahap ini, para pelaku usaha UMKM akan diwawancarai terkait pendampingan yang telah dilaksanakan pada inti kegiatan. Sehingga mahasiswa KKN mengetahui tingkat kepuasan terkait label dan kemasan yang telah dibuat sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Kemasan dan Label

Setelah adanya kegiatan berupa pendampingan pembuatan label. Berdasar hasil identifikasi dan penilaian terhadap kemasan dan juga desain produk yang ada di beberapa UMKM. Maka terdapat hal yang perlu diperbaiki yakni terkait dengan label produk yang tidak sesuai dengan standar label yang ada. Seperti tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa, nama UMKM yang membuat, hingga tidak adanya nomor PIRT dan izin halal.

Untuk desain sendiri berdasarkan monitoring yang telah dilakukan maka memang perlu diadakan pembaharuan. Karena selain sebagai nilai jual sebuah produk. Desain sendiri pada dasarnya juga digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi, dan membedakan sebuah produk dipasar (Klimchuck dan Krasovec, 2006).

Sehingga para mahasiswa KKN mendesain salah satu label kemasan milik UD. Hadi Jaya, dimana untuk UD. Hadi Jaya ini berfokus pada produksi makanan ringan seperti keripik pisang, keripik singkong, kuping gajah dan juga ladrang. Untuk pembuatan label kemasan sendiri menggunakan platform *editing online* yaitu <https://www.canva.com/>. Canva merupakan sebuah platform desain grafis dan konten publikasi yang juga menyediakan beragam contoh desain siap pakai untuk digunakan. Dalam aplikasi canva ini terdapat fitur premium yang tentunya berbayar, namun fitur yang tidak berbayar pun jumlahnya sangat banyak dan beragam. Sehingga pengguna platform ini tidak perlu khawatir. Bahkan terdapat berbagai desain siap pakai dalam bentuk *template*. Mahasiswa KKN pun merancang label kemasan produk UMKM melalui platform canva ini. Setelah berdiskusi dengan mitra UMKM maka didapatkan hasil label seperti pada Gambar 2.



Gambar 2. Desain Label Kemasan Baru Produk

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2022

Kemudian desain label kemasan yang baru ini digunakan dalam acara bazar yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Probolinggo yang bertempat di Kodim 0820. Dalam bazar ini seluruh makanan ringan milik UMKM UD. Hadi jaya terjual habis hingga 30pcs menggunakan desain label kemasan yang baru dibuat oleh mahasiswa KKN. Hal itu terlihat dari gambar saat makanan ringan tersebut dipamerkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Produk UMKM dengan desain label baru.

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2022

b. Hasil Evaluasi Kegiatan

Berdasarkan hasil evaluasi pendampingan pembuatan label pada produk UMKM ialah telah terlaksana dengan cukup baik. Hal itu dibuktikan dengan penjualan yang meningkat saat bazar ketika menggunakan desain label kemasan yang baru. Para pembeli mengatakan bahwasannya desain label kemasan terlihat menarik sehingga membuat pembeli tertarik untuk membeli produk UMKM UD. Hadi Jaya.

Pada evaluasi kegiatan ini juga diadakan pengukuran kepuasan label kemasan melalui angket kuisisioner terhadap para pembeli produk UMKM saat bazar. Pembandingnya ialah label kemasan lama yang juga dibawa pada saat bazar. Hasil pengisian angket kuisisioner disajikan dalam bentuk grafik seperti yang terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Hasil Pengukuran Tingkat Pengetahuan Pasca Pelatihan

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2022

Pada grafik Gambar 4 dapat disimpulkan bahwasannya para mitra UMKM mengetahui kemasan yang baik dan pemberian label sesuai syarat yang telah ditentukan. Selain itu berdasarkan pendampingan pembuatan label juga didapatkan bahwasannya mereka dapat membuat desain label sederhana dan ciri produk yang menarik. Hanya sebagian kecil saja para mitra UMKM yang tidak bisa membuat desain label sederhana karena kurangnya sarana dan prasarana dalam pembuatannya. Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan yang telah dilaksanakn pada Tabel 1 dibawah ini :

Tabel I. Luaran Kegiatan.

NO	KEGIATAN	SEBELUM KEGIATAN	SESUDAH KEGIATAN
1.	Pembuatan label produk UMKM sederhana melalui <i>Canva</i>	Label hanya berupa putih polos dan nama pembuat saja	Label berwarna dan cukup besar ukurannya serta berisi tanggal kadaluarsa, pembuat, nama produk, <i>tagline</i>



			produk
2.	Peningkatan pengetahuan mitra UMKM terkait label dan kemasan yang sesuai syarat	Hampir 90% mitra UMKM tidak mengetahui terkait label dan kemasan yang sesuai syarat	Seluruh mitra UMKM sudah mengetahui terkait label dan kemasan yang sesuai syarat
3.	Pembuatan kemasan yang baik	Mitra UMKM tidak mengetahui jenis <i>packaging</i> yang baik, menarik serta terjangkau	Mitra UMKM sudah mengetahui kemasan yang baik untuk produk mereka.

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2022

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pendampingan pembuatan label pada beberapa produk UMKM di Desa Besuk ini, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan diantaranya yakni :

1. Mitra UMKM mendapatkan pengetahuan terkait pembuatan label yang sesuai syarat, menarik dan juga mudah dipraktikkan
2. Terciptanya desain label kemasan yang mampu meningkatkan penjualan produk UMKM
3. Mitra UMKM dapat meningkatkan *softskill* terkait editing label kemasan produk

SARAN

1. Seharusnya para pelaku UMKM lebih memperhatikan terkait label kemasan yang menarik sehingga mampu meningkatkan penjualan produk UMKM.
2. Seharusnya para pelaku UMKM lebih meningkatkan *softskill* terkait *editing* label kemasan produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada Lembaga Pengabdian dan Penelitian Masyarakat beserta Dosen Pembimbing Lapangan Bapak Taufikurrahman, S. Pd., M. Pd. Yang telah memfasilitasi kegiatan KKN Tematik MBKM 2022 ini dengan skema Desa Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif. Terima kasih juga kepada para mitra UMKM yang telah memberikan kesempatan kepada mahasiswa KKNT khususnya Kelompok 120 untuk melaksanakan kegiatan pendampingan pembuatan label kemasan pada produk UMKM di Desa Besuk, Kecamatan Bantaran, Kabupaten Probolinggo.

DAFTAR PUSTAKA

- Alsuhendra, R. d. (2017). Pelatihan Pembuatan Kemasan dan Label Makanan Bagi Pelaku Usaha Makanan Di Desa Jampang, Kecamatan Kemang, Kabupaten Bogor. *Jurnal Sarwahita Vol. 14 No. 02* , 85-93.
- Alusuhendra, R. d. (2016). *Kemasan dan Label Pangan*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.
- Anoraga, P. d. (2002). *Koperasi, Kewirausahaan dan Usaha Kecil*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bakhri, S. &. (2020). Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Melalui Teknologi Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Loyalitas Sosial*, 50-70.



- Christy, P. (2014). *Pengaruh Desain Kemasan (Packaging) Pada Impulsive Buying*. Yogyakarta : Universitas Atma jaya.
- Christine Suharto, C. (2010). Peranan Desain Kemasan dalam Dunia Pemasaran. *Jurnal Nirmala Vol. 2 No. 1*.
- Ernawanti, E. K. (2018). Pemenuhan Persyaratan Label Produk Pangan Yang Dijual Secara Online Terhadap Peraturan Label Pangan. *Jurnal Mutu Pangan : Indonesian Journal of Food Quality*, 50-58.
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan Vol. 1 No. 2*, 157-165.
- Herudiansyah, G. C. (2019). Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk dan Pajak Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Jurnal Suluh Abdi*.
- Rini, E. M. (2020). Mendesain Ulang Kemasan dan Label Produk Kopi Odah. *Widya Bhakti Jurnal Ilmiah Populer*, 99-106.
- Sagita, L. &. (2019). Pelatihan Pembuatan Desain dan Label Produk Lurik-Kulit di Panggunharjo Bantul. *Jurnal Abdimas Dewantara*, 115-199.
- Statistik, B. P. (2017, Juni Rabu). *Tabel Perkembangan UMKM Pada periode 2013-2021*. Diakses pada 1 Juni 2022 melalui <https://www.bps.go.id/>
- Subagio, A. e. (2016). Karakteristik Biji dan Ptoein Kacang Komak (Lablalpurpureus (L) Sweet). *Jurnal Teknologi dan Industri Pangan Vol. XVII No. 2*.
- Susantri, Y. R. (2018). Pencantuman Informasi Pada Label Produk Kosmetik Oleh Pelaku Usaha Dikaitkan Dengan Hak Konsumen. *Syah Kuala Law Journal*, 113-131.
- Syukrianti Mukhtar, M. N. (2015). Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora Vol. 8 No. 2*, 181.
- Nurminah M., J. E. (2006). *Teknologi Pengemasan*. Medan : Universitas Sumatera.
- Roth, L. (1990). *Packaging Design : An Introduction*. New York.
- Sandra A, M. R. (2007). *Desain kemasan : Perencanaan Merk Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan*. Jakarta : Erlangga.
- Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia : Isu-Isu Penting*. Jakarta : LP3ES.
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- W., A. (2009). *Desain Kemasan dan Label Produk Makanan. Kumpulan Modul Pelatihan UPT B2PTTG-LIPI Subang*.
- Wirya, I. (1999). *Kemasan yang Menjual*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.