



PENYULUHAN DAN PELATIHAN PENINGKATAN KUALITAS LABELING, PACKAGING DAN MARKETING PRODUK PADA UMKM DESA SUKA NEGERI**Oleh****Merry Agustina¹, Vivi Sahfitri², Eka Puji Agustini³, Marlindawati⁴**^{1,2,3,4} Universitas Bina Darma**E-mail:** ¹merry_agst@binadarma.ac.id, ²vivi_sahfitri@binadarma.ac.id,³eka_puji@binadarma.ac.id, ⁴marlindawati@binadarma.ac.id

Article History:

Received: 26-12-2022

Revised: 18-01-2022

Accepted: 25-01-2022

Keywords:Branding, Labeling,
Packaging, Marketing,
UMKM

Abstract: Desa Suka Negeri Kecamatan Banding Agung Kabupaten OKU selatan Provinsi Sumatera Selatan memiliki UMKM dengan produk yang dihasilkan adalah makanan yaitu Kemplang panggang. Kemplang panggang yang diolah dari ikan giling dan tepung sagu merupakan makanan khas yang biasa di konsumsi oleh masyarakat di provinsi Sumatera Selatan. Produk Home Industri ini cukup berkembang di daerahnya akan tetapi kemasan dan label yang digunakan masih sangat sederhana. Teknik pemasaran yang digunakan juga belum maksimal hanya dari mulut ke mulut saja. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberika penyuluhan dan pelatihan terkait dengan pentingnya labeling, Packaging dan Marketing dalam rangka meningkatkan nilai tambah, profit dan penjualan produk. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah dengan skema penyuluhan dan pelatihan kepada masyarakat khususnya pelaku Home Industri dan UMKM di Desa Suka Negeri. Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan meningkatnya pengetahuan para pelaku usaha terkait tentang Branding dan Metode pemasaran yang lebih luas dengan memanfaatkan platform e-commerce pada media sosial agar dapat tetap bertahan dan eksis di era revolusi industry 4.0.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau lebih dikenal dengan nama UMKM merupakan salah satu pendukung kemajuan dan keberhasilan perekonomian di Indonesia. UMKM adalah guru perekonomian selain koperasi. Secara teori UMKM merupakan unit usaha yang produktif, berdiri sendiri yang dikerjakan secara perorangan ataupun berbadan usaha dalam semua sektor ekonomi (T. Tambunan, 2012). Menurut data Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), UMKM memiliki dampak yang cukup besar terutama dalam penyerapan tenaga kerja. UMKM mampu menyerap tenaga kerja hingga mencapai 97% dari daya serap dunia usaha di Indonesia pada tahun 2020 (BPS, 2017). Besarnya dampak yang diberikan UMKM dalam sektor perekonomian Indonesia, menjadikan pengembangan UMKM menjadi salah satu urgensi untuk dapat menggerakkan perekonomian nasional. UMKM merupakan salah satu jenis usaha yang tidak terlalu terdampak oleh krisis global. Salah satu wujud dari



UMKM adalah home industry atau industry rumah tangga. Saat ini perkembangan industry rumah tangga terus meningkatnya jumlahnya. Terutama saat adanya pandemic COVID 19 yang mengakibatkan banyak karyawan dirumahkan. Dalam kondisi ini, semakin banyak orang yang memulai usaha industry rumah tangga untuk menjadi sumber penghasilan mereka.

Namun perkembangan Industri rumah tangga baru dapat dilihat dari sisi peningkatan jumlahnya saja. Sedangkan dalam aspek kualitas terutama dalam kaitannya dengan branding yang meliputi labeling dan packaging serta teknis marketing belum meningkatkan secara signifikan. Masih banyak Industri rumah tangga yang belum membranding produk yang mereka hasilkan dengan labeling dan packaging yang menarik dan mampu bersaing dengan produk *Home Industry* sejenis dan menggunakan teknik pemasaran yang lebih maju. Menurut (Irrubai, M.L, 2016), Hal ini dapat terjadi karena ketidakmampuan atau ketidakmaksimalan pelaku UMKM untuk memperhatikan branding maupun teknik marketing produk yang dihasilkan.

UMKM memiliki berbagai jenis usaha yang bisa ditekuni oleh pelaku UMKM. Namun yang paling banyak berkembang saat ini adalah bidang usaha dengan menghasilkan produk makanan. Alasan memilih bidang usaha makanan adalah karena makanan merupakan kebutuhan pokok manusia, sehingga lebih mudah untuk menjualnya dan memiliki keuntungan yang cukup menjanjikan. Pelaku UMKM biasanya akan menggunakan alat atau teknologi sederhana untuk memproduksi produk makan yang dihasilkan. Hal ini karena terbatasnya modal dan tempat produksi. Produk yang dihasilkan UMKM sering tidak bisa menembus pasar besar karena keterbatasan yang dimiliki, seperti jumlah produksi yang sedikit, pengemasan dan pelabelan yang kurang menarik sehingga tidak bisa masuk ke pasar yang lebih besar seperti supermarket atau pasar swalayan

Labeling dan Packaging merupakan identitas produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM (Herudiansyah, G.C, 2019). Penampilan produk yang menarik menjadi salah satu factor yang dapat mempengaruhi ketertarikan konsumen untuk melihat dan membeli produk tersebut. Pandangan pertama konsumen adalah tampilan produk yang dilihatnya, sehingga penampilan produk sangat penting artinya bagi konsumen (Kusnandar, H et al., 2021).

Pentingnya pengelolaan penampilan produk dan teknik pemasaran bagi pelaku UMKM, selain tentu saja kualitas produk yang dihasilkan UMKM, maka perlu adanya penyuluhan dan pelatihan tentang pentingnya *labeling dan packaging* serta teknik pemasaran dalam rangka meningkatkan penghasilan dari produk UMKM yang dihasilkan. Demikian juga halnya bagi pelaku UMKM di Desa Suka Negeri Kecamatan Banding Agung Kabupaten OKU selatan Provinsi Sumatera Selatan. Desa ini berbatasan dengan Provinsi Lampung namun secara geografis berada dalam wilayah Provinsi Sumatera Selatan. Di desa Suka negeri ini terdapat beberapa UMKM dengan produk yang dihasilkan adalah makanan yaitu Kemplang panggang. Kemplang panggang yang diolah dari ikan giling dan tepung sagu merupakan makanan khas yang biasa di konsumsi oleh masyarakat di provinsi Sumatera Selatan. Produk Industri Rumah Tangga ini cukup berkembang di daerahnya, akan tetapi kemasan dan label yang digunakan untuk memasarkan produk masih sangat sederhana dan tergolong tradisional. Selain itu teknik pemasaran yang digunakan masih sangat terbatas dari mulut ke mulut dan menitipkan ke beberapa pedagang lain. Sehingga dalam hal ini penting untuk memberikan penyuluhan dan pelatihan terkait dengan pentingnya *labeling, Packaging* dan



Teknik Pemasaran dalam rangka meningkatkan nilai tambah, profit dan penjualan produk.

Tujuan Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk mengenalkan melalui kegiatan penyuluhan dan pelatihan kepada pelaku UMKM di desa Suka Negeri agar dapat lebih mengenal tentang strategi branding (Pelabelan dan pengemasan) serta teknik pemasaran yang baik dan menarik sehingga dapat meningkatkan penjualan produk UMKM yang dihasilkan.

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan melalalui berapa tahap kegiatan. Tahap awal dalam kegiatan ini adalah berkoordinasi dengan pelaku UMKM di desa Suka negeri terkait dengan waktu pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan Pelatihan. Hal bertujuan agar semua pelaku UMKM di desa Suka negeri dapat mengikuti kegiatan pelatihan dan penyuluhan tentang *labeling* dan *packaging* yang akan diberikan. Persiapan lain juga dilakukan pada tahap awal ini, antara lain persiapan materi untuk penyuluhan dan pelatihan, mempersiapkan video yang dapat memberikan informasi tentang teknik labeling dan packaging serta persiapan dokumentasi dan alat bantu lain yang akan digunakan saat pelaksanaan kegiatan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan menggunakan skema sosialisasi dan pelatihan kepada masyarakat. Pelaksanaan kegiatan pengabdian dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1 Kegiatan Pengabdian

Pert	Kegiatan	Kemampuan yang diharapkan
1	Tahap Penyuluhan mengenalkan strategi branding (pengemasan dan pelabelan) dan pemasaran yang baik dan menarik	Peserta kegiatan dapat memahami konsep tentang pengemasan dan pelabelan (<i>labeling</i> dan <i>packaging</i>) dan pentingnya hal tersebut.
2	Tahap Pelatihan Melatih skill masyarakat dan pelaku UMKM mengenai cara pembuatan kemasan, label, dan pemasaran yang baik dan menarik.	Peserta kegiatan dapat merancang dan membuat label dan kemasan produk yang baik dan menarik untuk produk UMKMnya.
3	Evaluasi Kegiatan	Peserta dapat bertanya langsung kepada narasumber serta meminta masukkan untuk label dan kemasan yang sudah mereka rancang dan tanggapan dari narasumber terhadap hasil rancangan tersebut.

Dukungan semua pihak, baik peserta maupun masyarakat desa suka negeri secara umum merupakan salah satu faktor suksesnya kegiatan pengabdian kepda masyarakat ini. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat, pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat khususnya pelaku UMKM agar dapat terus meningkatkan usahanya dan meningkatkan pendapatan dari usaha tersebut.



HASIL

Industri Rumah Tangga dan UMKM yang ada di desa Suka Negeri Kecamatan Banding Agung Kabupaten OKU selatan Provinsi Sumatera Selatan belum memiliki pemasaran produk yang luas. Sehingga jumlah volume penjualan hasil Industri Rumah Tangga dan UMKM yang ada di desa tersebut masih rendah. Salah satu sebab rendahnya volume penjualan produk UMKM adalah branding yaitu pengemasan dan pelabelan yang masih sederhana dan seadanya sehingga pengembangan usaha ini masih terhambat. Sebuah produk seharusnya dikemas dengan baik, praktis dan modern sehingga dapat menarik minat calon pembeli sehingga dapat meningkatkan volume penjualan pada produk tersebut (Lestari, N.T & Ulya H.N, 2021). Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pengetahuan dan pelatihan tentang teknik pengemasan dan pelabelan sebagai upaya untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang ada di UMKM desa Suka Negeri.

1. Penyuluhan mengenalkan Strategi Branding (Pengemasan dan Pelabelan) dan Pemasaran yang baik dan Menarik.

Tahap ini merupakan tahap pertama yang dilakukan setelah melakukan observasi atau peninjauan langsung di lapangan. Hasil dari kegiatan ini diharapkan peserta kegiatan dapat memahami konsep tentang pengemasan dan pelabelan (*labeling dan packaging*) dan pentingnya hal tersebut. Pada tahap ini pelaku Home industry dan UMKM di Desa Suka Negeri diberikan pemahaman tentang pentingnya penggunaan label, kemasan dan pemasaran yang tepat. Dengan adanya label dan kemasan yang menarik, produk yang dihasilkan akan mudah dikenali oleh calon konsumen. Pembuatan kemasan yang sesuai dengan jenis produk dan *marketable* dapat memberikan nilai tambah produk dan minat beli konsumen produk yang dihasilkan. Selain itu Penyuluhan juga memberikan teknik pemasaran yang tepat sehingga mampu bertahan serta mampu meningkatkan pangsa pasarnya pada area pemasaran yang lebih Luas (Arianto, B, 2020).

Setelah kegiatan penyuluhan selesai, para pelaku Home Industri dan UMKM dapat memahami tentang teknik Branding (Pengemasan dan Pelabelan) serta mampu membuat kemasan yang lebih baik untuk melindungi Produk yang dihasilkan dengan Plastik yang lebih tebal yang memiliki Ziplock yang dapat pengunci kemasan sehingga tidak mudah terbuka. Selain itu peserta sudah mampu merancang label produk yang dapat memberikan identitas pada produk tersebut sehingga lebih mudah dikenali dan dapat bersaing dalam pemasaran berbasis online (*e-commerce*)

Gambar 1 Penyuluhan Strategi Branding dan Teknik Pemasaran yang Baik dan Menarik





2. Pelatihan Melatih skill masyarakat dan pelaku UMKM mengenai cara pembuatan kemasan, label, dan pemasaran yang baik dan menarik.

Setelah kegiatan penyuluhan, dilanjutkan dengan kegiatan pelatihan pembuatan label dan kemasan yang *Marketable*. Pada kegiatan ini, proses pembuatan label dilakukan bersama dengan pelaku Home Industri dan UMKM dengan dibimbing oleh tim untuk mendesain label produk sampai para pelaku usaha tersebut mampu dan menyetujui label yang sudah dirancang. Label yang dibuat harus memuat nama produk, alamat Produksi, Alamat Pemesanan, Komposisi Produk dan jika ada akan lebih baik dengan mencantumkan izin dari Dinas terkait agar lebih meyakinkan konsumen. Selain pelatihan pembuatan label, juga diberikan pelatihan teknik pemasaran secara Online dengan membuat akun e commerce sehingga usaha yang dijalankan akan bisa tetap bertahan di era revolusi industry 4.0.

Gambar 2 Pelatihan membuat Branding dan Teknik Pemasaran yang Baik dan Menarik



3. Evaluasi Kegiatan

Setelah pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pelatihan, pelaku home industry dan UMKM di desa Suka Negeri telah mampu membuat label untuk produk UMKM mereka. Selain itu para pelaku UMKM juga telah mampu membuat akun dan konten di media sosial seperti Facebook dan Instagram yang akan dimanfaatkan sebagai media pemasaran produk yang dihasilkan. Dengan adanya akun dan konten di media sosial diharapkan dapat menjangkau pasar yang lebih luas, bukan hanya di tingkat local namun dalam lingkup nasional bahkan internasional. Karena platform media sosial seperti Facebook dan Instagram menjangkau keseluruhan belahan dunia. Dalam content yang diberikan, pelaku UMKM harus menyertakan informasi terkait produk yang dipasarkan, meliputi; cara pemesanan, daftar harga, tampilan produk dan ketersediaan produk

PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat memberikan manfaat bagi masyarakat dan pelaku usaha Home Industri dan UMKM di Desa Suka Negeri dalam upaya memaksimalkan potensi UMKM dan solusi terhadap masalah yang dihadapi sehingga dapat terbantu dalam mengembangkan dan meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya pelaku UMKM dan Home Industry di wilayah desa Suka Negeri. Selain itu, dengan penyuluhan dan pelatihan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini, para pemilik home industry dan UMKM dapat lebih mengembangkan usaha mereka dan pemasaran yang lebih luas sehingga akan meningkatkan jumlah penjualan produk yang dihasilkan.

Keberlanjutan usaha home industry dan UMKM di desa Suka Negeri membutuhkan keterlibatan pemerintah dan perguruan tinggi yang dapat memberikan dampak besar bagi



peningkatan kreativitas dan inovasi masyarakat yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan hidup keluarga dan rumah tangga. Berdasarkan hasil kegiatan penyuluhan dan pelatihan maka dapat diketahui bahwa solusi yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan dan hambatan yang dialami oleh home industry di desa Suka Negeri adalah sebagai berikut; 1) Membangun kesadaran bagi pemilik home industry dan UMKM melalui kegiatan penyuluhan tentang pentingnya *branding* (Pengemasan, Pelabelan dan Pemasaran Produk) yang baik, 2) Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pemilik *home Industry* dan UMKM tentang cara membuat kemasan, label dan teknik pemasaran yang baik dan menarik agar produk UMKM dan Home industry yang dihasilkan dapat lebih dikenal serta memiliki pasar yang lebih luas.

PENUTUP

Kesimpulan

Kegiatan Penyuluhan dan pelatihan peningkatan kualitas *labeling, packaging dan marketing* produk pada UMKM Desa Suka Negeri dalam rangka meningkatkan kualitas dan volume penjualan produk yang dihasilkan pelaku home industry dan UMKM di Desa Suka Negeri Kecamatan Banding Agung Kabupaten OKU selatan Provinsi Sumatera Selatan. Kemasan yang digunakan produk sudah lebih baik dengan menggunakan kemasan yang lebih tebal untuk melindungi produk serta menggunakan perekat dengan pemanas listrik sehingga kemasan tidak mudah terbuka. Selain itu label yang dibuat lebih menarik dan informatif yang menunjukkan identitas dari produk serta teknik pemasaran yang lebih luas dengan memanfaatkan *e-commerce* yang tersedia di media sosial agar usaha yang dijalankan tetap bisa bertahan di era revolusi industri 4.0.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Arianto, B. (2020). Pembangunan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Atrabis : Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 233–247.
- [2] BPS. (2017). Tabel Perkembangan UMKM Pada Periode 2013-2021. <https://www.bps.go.id>
- [3] 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*.
- [4] Irrubai, M.L. (2016). Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga. *Sosio Didaktika: Social Science Education Journal*, 3(1), 17–26.
- [5] Kusnandar, H, Adi R.K, Qonita, Rr, Aulia K, Riptanti E.W, & Setyowati N. (2021). Perbaikan Kemasan Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk UKM Murni Snack. *Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 320–327.
- [6] Lestari, N.T & Ulya H.N. (2021). Upaya Peningkatan Penjualan Melalui Strategi Labeling Usaha Keripik Tempe di Desa Glonggong. *Abdimas Indonesian Journal*, 1(1), 19–34.
- [7] T. Tambunan. (2012). Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting. LP3ES.