

## PELATIHAN LABELLING DAN PACKAGING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM DI DESA NGADIPURO

Luhur Aditya Prayudhi<sup>1</sup>, Yuhanin Zamrodah<sup>2</sup>, Tri Lathif Mardi Suryanto<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Balitar Blitar

<sup>3</sup>Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

\*E-mail coresponding author: luhuradityaprayudhi@gmail.com

### Abstrak

Pelatihan Labelling dan packaging merupakan upaya strategis untuk meningkatkan daya saing produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui perbaikan manajemen produk. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM Desa Ngadipuro, Kecamatan Wonotirto, Kabupaten Blitar, dalam pengemasan dan pelabelan produk. Kegiatan penyuluhan dilakukan oleh tim mahasiswa yang mengikuti kegiatan Pemberdayaan Masyarakat oleh Mahasiswa Universitas Islam Balitar pada 7 Desember 2024, dengan metode observasi, identifikasi peserta, dan penyampaian materi interaktif. Hasil observasi menunjukkan bahwa mayoritas produk UMKM, seperti keripik gadung, sale pisang, stik bawang, rempeyek dan sambal pecel menggunakan kemasan sederhana tanpa label informatif, sehingga sulit menembus pasar modern. Materi penyuluhan meliputi pentingnya label sesuai standar peraturan (UU No. 18 Tahun 2012 dan PP No. 69 Tahun 1999) dan fungsi kemasan dalam perlindungan produk serta daya tarik pemasaran. Penyuluhan ini berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya branding produk melalui kemasan dan label yang menarik, sehingga diharapkan dapat mendukung peningkatan penjualan produk UMKM di pasar yang lebih luas.

**Kata Kunci** : Pelatihan, UMKM, Labelling, Packaging.

### Abstract

*Counseling on Labelling and packaging is a strategic effort to increase the competitiveness of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) products through improving product management. This research aims to improve the understanding and skills of MSME actors in Ngadipuro Village, Wonotirto District, Blitar Regency, in product packaging and Labelling. The extension activity was carried out by a team of Balitar Islamic University Agribusiness students on December 7 2024, using observation methods, forgiving participants, and delivering interactive material. Observation results show that the majority of MSME products, such as gadung chips, banana chips, onion sticks, peanut brittle and pecel sauce use simple packaging without informative labels, making it difficult to penetrate the modern market. Outreach material includes the importance of labels according to regulatory standards (UU No. 18 of 2012 and PP No. 69 of 1999) and the function of packaging in product protection and marketing appeal. This outreach succeeded in increasing MSME players' understanding of the importance of product branding through attractive packaging and labels, so that it is hoped that it can support increased sales of MSME products in the wider market.*

**Keywords**: Counseling, MSMEs, Labelling, Packaging.

### PENDAHULUAN

Industri rumah tangga adalah unit bisnis mikro yang berfokus pada bidang industri tertentu, biasanya memanfaatkan satu atau dua rumah sebagai pusat produksi (Sudrajat dan Sugiyanto, 2023). Jenis usaha ini termasuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang merupakan salah satu pilar perekonomian Indonesia, bersama dengan koperasi. Fakta menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM, terutama industri rumah tangga, terbilang sedikit atau bahkan tidak terdampak oleh krisis global yang terjadi pada tahun 2008.

Seiring dengan berjalannya waktu, jumlah industri rumah tangga terus mengalami pertumbuhan. Namun, pertumbuhan ini hanya terlihat dari segi kuantitas, sementara kualitas terutama dalam hal strategi branding, seperti pelabelan dan pengemasan masih belum mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini tidak terlepas dari kurangnya perhatian pelaku UMKM

terhadap aspek branding dan teknik pemasaran produk yang mereka hasilkan (Agustina dkk., 2023).

UMKM mempunyai banyak sekali jenis bisnis yang mampu ditekuni sang pelaku UMKM. Tetapi yang paling banyak berkembang ketika ini merupakan bidang bisnis membuat produk kuliner. Alasan menentukan bidang bisnis kuliner merupakan lantaran kuliner adalah kebutuhan utama manusia, sebagai akibatnya lebih gampang untuk menjualnya dan memiliki laba yang relatif menjanjikan. Pelaku UMKM umumnya akan memakai indera atau teknologi sederhana untuk menghasilkan produk makan yang didapatkan.

Hal ini lantaran terbatasnya kapital & loka produksi. Produk yg didapatkan UMKM acap kali tidak mampu menembus pasar akbar lantaran keterbatasan yang dimiliki, misalnya jumlah produksi yang sedikit, pengemasan & pelabelan yg kurang menarik sebagai akibatnya tidak mampu masuk ke pasar yang lebih luas misalnya pasar swalayan (Sucihati dkk., 2021). Menurut Jamrianti (2021), Kemasan (*packaging*) merupakan pembungkus atau wadah suatu produk sehingga produk bisa didistribusikan secara luas. Namun pada kenyataannya di dunia perindustrian, kemasan bukan hanya sebagai wadah atau pembungkus, tetapi kemasan sebagai alat untuk menjual produk yang dikemasnya.

Sedangkan label (*Labelling*) adalah keterangan dalam kemasan yang menjadi representasi pemilik produknya. Label menjadi juru bicara atas produk yang dikemas. Jadi, label harus dibuat bukan hanya menarik tetapi juga harus informatif. Pengadaan label dan kemasan dalam suatu produk menjadi salah satu faktor pendukung dalam mewujudkan strategi pemasaran produk yang berorientasi pada kepuasan dan loyalitas konsumen. Peningkatan nilai jual produk juga dapat tercapai jika suatu produk memiliki kemasan yang dilengkapi label yang informatif. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu mengutamakan manajemen produk khususnya pengadaan *packaging* dan *Labelling* pada produk UMKM. Melihat pentingnya pengemasan dan pelabelan pada produk, maka topik *Labelling* dan *packaging* yang akan diambil dalam kegiatan penyuluhan ini.

Desa Ngadipuro merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Wonotirto Kabupaten Blitar yang sekaligus akan menjadi sasaran dalam penyuluhan ini. Desa Ngadipuro memiliki beberapa jenis UMKM yang sangat bervariasi. UMKM di sana dalam riwayat penjualannya, dapat dikatakan cukup maju karena dilihat dari jumlah produk yang terjual pada setiap tahunnya. Namun, mayoritas UMKM di sana memiliki permasalahan yang sama yaitu mengenai manajemen produk terutama label kemasan.

Produk UMKM di Desa Ngadipuro diketahui masih dikemas dengan kemasan sederhana. Dengan adanya permasalahan tersebut, produk UMKM Desa Ngadipuro belum dapat dipasarkan ke pasar modern. Selain terkendala dalam hal manajemen produk, UMKM Desa Ngadipuro juga memiliki keterbatasan sumber daya khususnya sumber daya manusia dalam bidang keilmuan baik praktik dan teori. Terlebih sumber daya yang menguasai pengetahuan mengenai manajemen produk khususnya mengenai pengemasan dan pelabelan produk.

Padahal manajemen produk ini termasuk dalam manajemen usaha yang perlu untuk dikelola dengan baik agar produk yang ditawarkan memiliki keunggulan kompetitif (Agustina dkk., 2017). Permasalahan yang dihadapi UMKM Desa Ngadipuro yang mendorong dalam pengadaan penyuluhan dalam hal pengemasan dan pelabelan. Dengan adanya kegiatan penyuluhan dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan dari sumber daya manusia (SDM) pelaku UMKM di Desa Ngadipuro mengenai pengemasan dan pelabelan sehingga peningkatan penjualan produk UMKM dapat tercapai.

## **METODE PELAKSANAAN**

### **Lokasi dan Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan penyuluhan ini berfokus pada tujuan mahasiswa untuk membagi ilmu kepada para pelaku UMKM terlebih dalam peningkatan aspek *Labelling* dan aspek *packaging*. Penyuluhan *Labelling* dan *packaging* dilakukan pada UMKM di Desa Ngadipuro Kecamatan Wonotirto Kabupaten Blitar pada hari Sabtu, 7 Desember 2024. Kegiatan dilaksanakan di Balai Desa Ngadipuro Kecamatan Wonotirto. Kegiatan ini dilakukan oleh tim mahasiswa prodi agribisnis Fakultas Pertanian dan Peternakan Universitas Islam Balitar.

### Sasaran dan Target Kegiatan

Penyuluhan tentang *Labelling* dan *packaging* merupakan langkah penting dalam meningkatkan kualitas produk, terutama dalam industri makanan dan minuman. Penyuluhan ini bertujuan agar pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Desa Ngadipuro memahami pentingnya *Labelling* dan *packaging* yang baik dan benar sesuai dengan peraturan yang berlaku. Kegiatan penyuluhan ini memiliki sasaran dan target yaitu para pelaku UMKM di Desa Ngadipuro diantaranya keripik gadung, sale pisang, sambel pecel, stik bawang, dan rempeyek. Kegiatan penyuluhan ini diikuti dengan baik oleh 16 pelaku UMKM di Desa Ngadipuro, perwakilan perangkat desa, dan tim mahasiswa agribisnis Universitas Islam Balitar. Adapun penyampaian materi dilakukan oleh perwakilan mahasiswa Agribisnis Universitas Islam Balitar.

### Metode Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan penyuluhan dilaksanakan pada tanggal 7 Desember 2024. Metode pelaksanaan penyuluhan *Labelling* dan *packaging* untuk meningkatkan penjualan produk UMKM di Desa Ngadipuro dilakukan melalui beberapa langkah - langkah, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi dilakukan untuk memahami kebutuhan, karakteristik, dan kondisi masyarakat yang akan diberikan penyuluhan. Dengan mengamati secara langsung, maka dapat mengenali masalah spesifik yang dihadapi oleh masyarakat, seperti tingkat pengetahuan tentang produk, atau tantangan dalam pemasaran (Setyowati dkk., 2023). Di dalam observasi ini, juga terjadi sesi diskusi yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai tantangan dan harapan pelaku UMKM dalam meningkatkan usaha mereka. Informasi ini memungkinkan untuk merancang materi dan metode penyuluhan yang lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan sasaran. Observasi dilakukan di salah satu UMKM Keripik Gadung yang berada di Desa Ngadipuro.

2. Identifikasi peserta

Identifikasi peserta dilakukan untuk memilih peserta yang akan dilibatkan. Hal ini meliputi pengumpulan data mengenai pelaku UMKM di Desa Ngadipuro, seperti jenis usaha, skala produksi, dan produk yang dihasilkan. Dengan memahami karakteristik peserta, penyuluhan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan tantangan spesifik yang dihadapi oleh masing-masing pelaku usaha. Setelahnya, pengundangan dilakukan dengan menggunakan surat resmi yang dikirimkan melalui penanggung jawab kelompok UMKM.

3. Penyuluhan *Labelling* dan *Packaging*

Penyuluhan *Labelling* dan *packaging* dilaksanakan karena hasil dari observasi UMKM di desa Ngadipuro belum memiliki label dan *packaging* yang baik. Penyuluhan dilakukan dengan metode presentasi yang interaktif dan diskusi tanya jawab.

### PEMBAHASAN

Desa Ngadipuro Kecamatan Wonotirto Kabupaten Blitar memiliki beberapa UMKM seperti Keripik Gadung, Sale Pisang, Stik Bawang, Rempeyek, dan Sambel Pecel. UMKM di sana dalam riwayat penjualannya, dapat dikatakan cukup maju karena dilihat dari jumlah produk yang terjual pada setiap tahunnya mengalami peningkatan. Kemajuan penjualan UMKM di desa ini seperti yang diketahui, masih menghadapi banyak tantangan, terutama dalam hal kemasan produk yang tergolong sederhana.

Hal ini menghambat perkembangan para pelaku usaha untuk branding produk mereka di pasar yang lebih luas. Adanya *packaging* yang menarik dan label yang tertera dapat membantu pelaku usaha dalam meningkatkan *brand awareness* suatu produk yang mereka jual. Menurut Utomo (2017), *brand awareness* adalah kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenal atau

mengingat kembali suatu merek dari banyak merek yang ditawarkan pesaing berdasarkan pengalaman sebelumnya.

Kegiatan yang pertama dilakukan yaitu observasi. Pada kegiatan observasi ini tim mahasiswa melakukan kunjungan lapang ke sebuah UMKM gadung di Desa Ngadipuro. Observasi ini dilakukan untuk mengetahui sasaran, karakteristik dan kondisi pelaku usaha yang akan diberikan penyuluhan. Pada kegiatan ini terdapat 2 narasumber UMKM yang telah menjelaskan permasalahan UMKM yang ada disana, diantaranya yaitu terkait *labelling* dan *packaging*. Pelaku UMKM di Desa Ngadipuro belum ada yang menggunakan *labelling* dan *packaging* menarik untuk produk mereka. Alasan mereka yaitu karena kurangnya pengetahuan tentang pembuatan *labelling* dan *packaging* yang menarik.



**Gambar 1.** Produk yang belum berlabel dengan *packaging* yang sederhana

Salah satu produk UMKM dengan kemasan sederhana tanpa label produk Berdasarkan hasil observasi tersebut, tim mahasiswa melakukan kegiatan selanjutnya. Kegiatan selanjutnya yaitu melakukan penyuluhan mengenai *labelling* dan *packaging* kepada pelaku UMKM di Desa Ngadipuro. Penyuluhan tersebut disampaikan oleh perwakilan tim mahasiswa dengan penyampaian materi mengenai *labelling* dan *packaging*. Materi pertama yaitu *labelling* berisi tentang pentingnya kegunaan label pada kemasan itu sendiri. *Labelling* berkaitan dengan peran standar keamanan dan mutu pangan yaitu perlindungan kesehatan masyarakat dan jaminan atas praktek perdagangan pangan yang jujur dan bertanggung jawab.

Tim penulis dalam penyuluhan *labelling* kali ini, berpangku pada UU No. 18 Tahun 2012 tentang PANGAN dan PP 69 Tahun 1999 tentang LABEL DAN IKLAN PANGAN. Persyaratan umum dalam pelabelan yaitu (1) Label tidak mudah lepas, luntur atau rusak dari kemasan; (2) Gambar, warna, hiasan tidak mempengaruhi kejelasan tulisan label (tidak buram); (3) Ditulis menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar. Syarat pembuatan label minimal harus memiliki nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih, nama/alamat pihak produksi, halal bagi yang dipersyaratkan, tanggal/kode produksi dan kadaluarsa, dan wajib ditempatkan pada bagian yang mudah terlihat. Selain label tentang keterangan produk, adapun beberapa label lain yang berisi tentang cara pengolahan, petunjuk penyimpanan, dan saran penyajian. Beberapa larangan untuk label pada kemasan adalah dicantukannya identitas lembaga yang melakukan aliansi tentang produk, klaim berlebihan tentang produk itu sendiri, dan menjelekkan nama dagang perusahaan lain.



**Gambar 2.** Kegiatan penyuluhan *labelling* dan *packaging* bersama pelaku UMKM Desa Ngadipuro

Selanjutnya, materi penyuluhan yang kedua adalah tentang *packaging*. Materi ini menjelaskan kepada para masyarakat betapa pentingnya *packaging* (kemasan) bagi sebuah produk. Tim mahasiswa juga menjelaskan fungsi dari *packaging* diantaranya (1) Membantu atau mencegah produk dari bahaya gangguan fisik, kimia, biologis dan mikrobiologis; (2) Menempatkan suatu produk agar mempunyai bentuk yang memudahkan dalam penyimpanan, pengangkutan, dan distribusi. *Packaging* dalam segi promosi juga memberi daya tarik bagi pembeli sekaligus memberi informasi terkait produk kepada konsumen.

Kemasan yaitu, kemasan primer, kemasan sekunder, dan kemasan tersier. Selain itu para tim mahasiswa juga menjelaskan risiko dari *packaging* salah satunya (1) Pencemaran lingkungan (khususnya kemasan plastik); (2) Harga kemasan mahal (lebih mahal dari harga produk); (3) Kurang ekonomis (satu kali pakai); (4) Labelisasi (tidak sesuai standar/ketentuan). Ada juga beberapa jenis kemasan seperti edible *packaging* (kemasan yang dapat dimakan), active *packaging* (kemasan yang bertujuan meningkatkan kualitas dan keamanan produk), intelligent *packaging* (kemasan yang dapat memonitor kondisi produk dan memberikan informasi kepada konsumen). Diharapkan setelah kegiatan penyuluhan ini masyarakat akan lebih mengerti tentang pentingnya *labelling* dan *packaging* bagi sebuah produk.

## PENUTUP

Berdasar pada penelitian maupun kegiatan yang telah dilakukan, penyuluhan mengenai *labelling* dan *packaging* kepada para pelaku UMKM di Desa Ngadipuro memiliki pengaruh dalam meningkatkan pengetahuan serta pemahaman. Penyuluhan yang diberikan meliputi, *labelling* berpangku pada UU No. 18 Tahun 2012 tentang PANGAN dan PP 69 Tahun 1999 tentang LABEL DAN IKLAN PANGAN menyatakan pelabelan (1) label tidak mudah lepas, luntur atau rusak dari kemasan; (2) Gambar, warna, hiasan tidak mempengaruhi kejelasan tulisan label (tidak buram); (3) ditulis menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar. Serta, *packaging* memiliki fungsi berupa (1) Membantu atau mencegah produk dari bahaya gangguan fisik, kimia, biologis dan mikrobiologis; (2) Menempatkan suatu produk agar mempunyai bentuk yang memudahkan dalam penyimpanan, pengangkutan, dan distribusi. *Packaging* dalam segi promosi juga memberi daya tarik bagi pembeli sekaligus memberi informasi terkait produk kepada konsumen. *Packaging* memiliki beberapa jenis di dalamnya berupa, kemasan primer, kemasan sekunder, dan kemasan tersier. Resiko dari penggunaan *packaging* (1) Pencemaran lingkungan (khususnya kemasan plastik); (2) Harga kemasan mahal (lebih mahal dari harga produk); (3) Kurang ekonomis (satu kali pakai); (4) Labelisasi (tidak sesuai standar/ketentuan).

## DAFTAR PUSTAKA

Agustina, M., Sahfitri, V., Agustini, E. P., & Marlindawati. (2023). Penyuluhan dan Pelatihan Peningkatan Kualitas Labeling, Packaging dan Marketing Produk Pada UMKM Desa Suka Negeri. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 2 (9).

- Augustinah, F., Sholichah, N., & Pramudiana, I. D. (2017). Manajemen Usaha Pembuatan Kemasan Dan Labeling Pada Home Industry Kue Basah Kelompok Dasawisma Kri Nanggala Medokan Semampir Surabaya. *Dedikasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 1(2), 147–155.
- Irrubai, M. L. (2016). Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga. *Sosio Didaktika: Social Science Education Journal*, Vol. 3 (1), 17-26.
- Jamrianti, R. (2021). *Pengemasan dan Pelabelan Pangan*. Malang: AE Publishing.
- Setyowati, E. M., Yuliawan, A.H., Astuti., Gana, H. S., & Mahasti, D. (2023). Optimalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui Pelatihan Dasar Manajemen di Desa Duri Kecamatan Slahung Kabupaten Ponorogo. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 8(1), 1174-1181
- Sucihati, R. N., Suprianto., Sutanty, M., Haryadi, W., & Isnawati. (2021). Penyuluhan dan Pelatihan Labeling, Packaging dan Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Lokal*, Vol. 4(2), 277-282.
- Sudrajat, C., & Sugiyanto, P. (2023). Strategi Home Industry Dalam Meningkatkan Eksistensi dan Perannya Terhadap Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industry Kerupuk di Desa Bungbulang). *Jurnal La Maghriba : La Maisir-La Ghoror-La Riba-La Bathil (Jurnal Ekonomi Syariah)*, Vol. 1(1), 015- 24.
- Utomo, I. W. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Jurnal Komunikasi*, Vol. 8 (1).

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada Kelompok UMKM Desa Ngadipuro, Kecamatan Wonotirto, yang telah memberikan izin untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada DRTPM yang telah memberikan dukungan dana, sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar.