

Sosialisasi Pembuatan Labeling Produk dan Strategi Marketing pada UMKM Desa Taraban Paguyangan Brebes

Zahrotul Mufida¹, Catur Wahyudi², Agnes Dwita Susilawati^{3*}, Eva Anggra Yunita⁴, Mei Rani Amalia⁵, Tri Sulistyani⁶, Mohammad Arridho Nur Amin⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia

*E-mail: agnes_dwita@upstegal.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam memberdayakan ekonomi masyarakat di pedesaan. Di Desa Taraban, salah satu tantangan yang dihadapi UMKM adalah kurangnya pemahaman mengenai pentingnya label produk yang menarik dan informatif. Label produk memiliki peran penting dalam menarik minat konsumen serta memberikan informasi penting terkait produk. Oleh karena itu, dilakukan kegiatan sosialisasi pembuatan label produk bagi para pelaku UMKM Desa Taraban dengan tujuan meningkatkan daya saing produk lokal di pasar. Kegiatan ini meliputi pemberian informasi mengenai pentingnya label produk, komponen yang harus ada pada label, serta pelatihan desain label sederhana menggunakan alat desain yang mudah diakses. Sosialisasi pembuatan label produk dilakukan untuk mengatasi kendala ini dengan memberi pelaku UMKM pemahaman dan keterampilan dalam membuat label yang menarik, informatif, dan sesuai dengan standar pemasaran. Kegiatan sosialisasi ini meliputi sesi pengenalan mengenai pentingnya label produk, pelatihan desain label, dan praktik langsung pembuatan label menggunakan perangkat desain sederhana.

Kata kunci: Sosialisasi, Strategi Marketing, UMKM, Label Produk

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in the Indonesian economy, especially in empowering the economy of rural communities. In Taraban Village, one of the challenges faced by MSMEs is the lack of understanding of the importance of attractive and informative product labels. Product labels play an important role in attracting consumer interest and providing important information related to the product. Therefore, a socialization activity was carried out on the creation of product labels for MSME actors in Taraban Village with the aim of increasing the competitiveness of local products in the market. This activity includes providing information on the importance of product labels, components that must be on the label, and simple label design training using easily accessible design tools. The socialization of product label creation was carried out to overcome this obstacle by providing MSME actors with an understanding and skills in creating attractive, informative labels that are in accordance with marketing standards. This socialization activity includes an introductory session on the importance of product labels, label design training, and direct practice in making labels using simple design tools.

Keywords: Socialization, Marketing Strategy, UMKM, Product Labels

PENDAHULUAN

UMKM Desa Taraban, merupakan salah satu sumber perekonomian yang penting bagi masyarakat desa Taraban. UMKM memiliki peran yang besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan membantu pemerintah dalam mengatasi masalah pengangguran (Rosyid et al., 2024). Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu bersaing dengan produk-produk dari daerah lain. Salah satu

faktor yang menyebabkan hal ini terjadi adalah kurangnya perhatian terhadap kualitas dan daya saing produk, salah satunya adalah pembuatan label produk dan strategi promosi yang belum konsisten (Maftuhah & Rafsanjani, 2019).

Dalam era persaingan global saat ini, label produk menjadi salah satu hal yang sangat penting dalam mempromosikan produk (Tobing & Ardhyansyah, 2022). Label produk yang baik dan konsisten akan memudahkan konsumen dalam mengenali produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM Desa Taraban. Selain itu, label produk yang sesuai standar juga dapat meningkatkan citra dan reputasi produk di mata konsumen. Pembuatan label produk yang konsisten dan sesuai standar sangat penting bagi pelaku UMKM Desa Taraban. Dengan label produk yang baik, pelaku UMKM dapat lebih mudah memasarkan produknya dan meningkatkan daya saing produk di pasaran. Selain itu, pembuatan label produk yang sesuai standar juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM Desa Taraban. *Labeling* dan *packaging* yang secara langsung menjadi penampilan produk merupakan identitas produk tersebut sehingga pengelolaan penampilan menjadi salah satu aspek penting yang harus diperhatikan oleh pelaku industri rumah tangga (Faizah et al., 2023). Dengan adanya label, suatu produk memiliki nama sehingga mudah dikenal oleh masyarakat dan dengan adanya kemasan yang lebih modern dan menarik dapat meningkatkan penjualan dalam suatu produk. Hal itu dikarenakan lima detik pandangan pertama sangat menentukan pilihan para konsumen sehingga penampilan sangatlah penting artinya bagi konsumen di pasar (Purwaningsih & Hardiyati, 2021). Cara pemasaran yang masih dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan menitipkannya di beberapa pedagang lain (*reseller*) sehingga perlu adanya penyuluhan dan pelatihan dalam rangka meningkatkan nilai tambah, profit, dan penjualan produk (Lusianingrum et al., 2021).

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam pembuatan label produk dan strategi marketing ini sangat penting karena dapat memberikan pemahaman tentang pentingnya pembuatan label produk dan strategi pemasaran bagi pelaku UMKM Desa Taraban. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, akan diberikan penjelasan tentang cara pembuatan label produk yang baik dan konsisten serta pentingnya mematuhi standar dalam pembuatan label produk (Setiawan, 2021). Dengan meningkatkan kualitas dan daya saing produk UMKM Desa Taraban, diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat dan membuka peluang untuk mengembangkan pasar produk UMKM Desa Taraban ke wilayah lain. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat dalam pembuatan label produk dan marketing ini perlu dilakukan secara serius dan konsisten agar dapat memberikan manfaat optimal bagi pelaku UMKM Desa Taraban (Farkhatin et al., 2021).

	<p style="text-align: center;">JLP : Jurnal Lentera Pengabdian Volume 03 No 02 April 2025 E ISSN : 2985-6140</p> <p style="text-align: center;">https://lenteranusa.id/</p>	
---	--	---

Selain itu, tujuan dari label pada produk adalah untuk memberikan informasi yang akurat dan jelas kepada konsumen tentang produk yang mereka beli dan gunakan (Sunarjo et al., 2023). Hal ini membantu konsumen untuk membuat keputusan yang tepat saat membeli produk, serta memastikan keamanan dan kesehatan konsumen dengan memberikan informasi tentang bahaya dan peringatan penggunaan yang perlu diperhatikan. Selain itu, label pada produk juga dapat digunakan sebagai alat pemasaran dengan menampilkan merek dan desain yang menarik perhatian konsumen, serta memberikan informasi tambahan tentang manfaat dan keunikan produk tersebut (Khusna et al., 2023). Oleh karena itu, label pada produk sangat penting dan harus dipenuhi persyaratan hukum dan regulasi yang berlaku dalam negara tersebut. Selain berfungsi sebagai pengemas, kemasan produk juga dapat berperan sebagai alat pemasaran dengan menampilkan informasi tentang produk, merek, atau produsen, serta gambar atau desain yang menarik perhatian konsumen (Saad et al., 2020). Kemasan produk yang menarik dan fungsional dapat meningkatkan nilai jual produk, memberikan keamanan dan kenyamanan pada konsumen, serta membantu mengurangi dampak lingkungan melalui penggunaan bahan yang ramah lingkungan dan pengolahan limbah yang tepat.

METODE

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan menggunakan skema sosialisasi dan pelatihan kepada masyarakat Metode pelaksanaan pengabdian ini adalah penyuluhan diprioritaskan bagi masyarakat yang memiliki minat berwirausaha dan pelaku UMKM yang berdomisil di Desa Taraban. Adapun tahapan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian Masyarakat yaitu tahapan penyuluhan yang bertujuan untuk mengenalkan strategi *branding* (pengemasan dan pelabelan), pelatihan untuk melatih skill masyarakat dan pelaku UMKM mengenai cara pembuatan kemasan, label, dan pemasaran yang baik dan menarik, dimana pelaksanaan kegiatan sosialisasi dilakukan pada Kantor Desa Taraban pada hari Sabtu 12 Oktober 2024 yang dihadiri 30 pelaku Usaha UMKM. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat dan pelaku UMKM sehingga dapat meningkatkan penjualan. Nantinya akan diberikan pendampingan selama beberapa bulan untuk dapat melihat kendala apa saja yang terjadi setelah pelaksanaan Sosialisasi serta melihat kekurangan serta hasil yang diperoleh setelah melakukan perubahan kemasan, label, dan cara pemasaran yang dilakukan.

HASIL

Berdasarkan hasil sosialisasi dan pelatihan yang telah dilakukan pada beberapa pelaku usaha UMKM di Desa Taraban, pada pelaku usaha UMKM dengan jumlah sebanyak 30 orang dari beberapa

perwakilan orang perwakilan kelompok usaha, dapat di lihat beberapa perubahan mendasar pada Produk yang dimiliki, yaitu:

1) Label Produk

Dijelaskan secara umum, hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menyeragamkan pemahaman pelaku usaha di Desa Taraban mengenai label dan memberikan pengetahuan dasar mengenai label, pentingnya sebuah label, dan cerminan dari label tersebut pada usaha yang dibuat, serta untuk menarik minat pelanggan dan konsumen agar dapat lebih sering berbelanja produk tersebut, salah satu contoh dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 2. Labeling Produk UMKM

2) Kriteria yang dicantumkan pada label dan syarat label

Kriteria yang dicantumkan pada label terbagi menjadi dua, yakni kriteria wajib dan tidak wajib. Kriteria wajib terdiri dari nama produk, berat bersih, komposisi, nama dan alamat produsen, logo halal, tanggal dan kode produksi, tanggal kadaluwarsa, nomor izin edar, dan asal usul bahan pangan tertentu. Adapun untuk kriteria tidak wajib, berfungsi sebagai informasi tambahan bagi konsumen yang mana terdiri dari keterangan gizi, informasi pesan kesehatan, cara penggunaan, cara penyimpanan, peringatan, dan lain sebagainya. Label produk pangan yang dicantumkan memiliki beberapa syarat, antara lain:

- a) sesuai dengan yang disetujui pada saat izin edar.
- b) memuat informasi yang benar dan tidak menyesatkan.
- c) menampilkan keterangan mengenai produk pangan.
- d) didesain secara jelas dan proporsional.

- e) terletak pada bagian kemasan yang mudah terlihat.
- f) tidak mudah lepas dari kemasan.
- g) tidak mudah rusak, dan
- h) harus ditulis dan dicetak dalam Bahasa Indonesia.

Penyampaian materi terkait kedua hal tersebut bertujuan untuk menambah pengetahuan anggota desa Taraban terkait pembuatan label sehingga tidak terjadi kekeliruan apabila suatu saat ingin membuat label secara mandiri.

3) Pentingnya penggunaan label pada produk pangan

Materi pentingnya penggunaan label pada produk pangan dijelaskan dengan memberi penjelasan mengenai fungsi label, pada kesempatan ini dilakukan juga demonstrasi terkait cara membaca label pada produk pangan. Hal tersebut bertujuan agar anggota desa Taraban yang hadir pada kegiatan tersebut tidak keliru dan tertipu oleh label pangan yang terdapat di pasaran.



Gambar 1. Sosialisasi Pembuatan Label UMKM Kepada Warga Desa Taraban

Kegiatan sosialisasi yang telah dilakukan menghasilkan peningkatan pengetahuan pada anggota desa Taraban. Dengan pengetahuan terkait pentingnya labeling pada produk pangan, diharapkan dapat mempermudah anggota dasa wisma Dusun Krajan dalam proses pembuatan label yang sesuai dengan kriteria yang diterapkan BPOM. Adapun pengetahuan terkait cara membaca label produk pangan dengan baik yang telah disampaikan diharap dapat membantu anggota dasa wisma dalam memilih produk pangan yang baik berdasarkan keterangan yang tertera pada label produk pangan dan menghindarkan dari kekeliruan dalam memahami label pada produk.

Kegiatan pendampingan diawali dengan berdiskusi bersama pemilik UMKM terkait beberapa hal yang akan dicantumkan dalam label produk, hal yang didiskusikan berkaitan dengan 4 kriteria wajib yang harus dicantumkan dalam label. Sesuai dengan permintaan warga yang mempunyai UMKM, setiap label yang digunakan dalam kemasan wajib memuat keterangan mengenai pangan olahan dengan benar dan tidak menyesatkan. Pada label produk sekurang-kurangnya harus memuat keterangan mengenai nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih atau isi bersih, nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor, halal bagi yang dipersyaratkan, tanggal dan kode produksi, keterangan kedaluwarsa, nomor izin edar, dan asal usul bahan pangan tertentu.

Kegiatan dilanjutkan dengan mengobservasi dan membantu pemilik UMKM dalam membuat produknya, hal ini bertujuan untuk mengetahui komposisi produk yang nantinya akan dicantumkan dalam label. Selain itu, kegiatan ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman baru terkait proses produksi serbuk jahe instan yang mungkin dapat diaplikasikan menggunakan bahan lain sehingga menghasilkan sebuah produk baru. Proses produksi rangginang dilakukan secara bertahap yaitu, Kukus beras ketan, minimal selama 15 menit, lalu Campur bumbu halus, garam, gula pasir, dan air. Aduk rata, rebus hingga mendidih. Tambahkan beras ketan, dan kukus minimal selama 30 menit hingga matang.

Setelah semua kriteria wajib yang harus dicantumkan dalam label telah didapatkan, selanjutnya dilakukan pembuatan desain label menggunakan aplikasi Canva. Dalam pembuatan label, diperlukan daya tarik visual dengan menampilkan desain label yang dapat menarik minat konsumen. Menjelaskan bahwa dalam membuat keputusan pembelian dibutuhkan waktu rata-rata tujuh detik bagi konsumen. Desain grafis pada label dan kemasan membentuk kontak pribadi antara produsen dan konsumen serta dan menciptakan efek psikologis tertentu pada individu. Dengan begitu, menciptakan desain label yang menarik mata menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan. Berikut hasil pendampingan desain label UMKM Bu Rofiqoh yang telah dilakukan dapat dilihat pada Gambar 2.

Berdasarkan desain label yang telah dibuat, dapat terlihat bahwa label telah menampilkan 4 kriteria wajib berdasarkan permintaan pemilik UMKM. Kriteria wajib tersebut antara lain:

- a) Gambar Produk : Dapat digunakan untuk mempromosikan produk dan membuat tampilannya lebih menarik bagi pembeli
- b) Nama produk : Nama produk dalam label terbagi menjadi dua, yakni nama dagang dan merek dagang. Nama dagang dari label tersebut yaitu Rengginang “Bu Rofiqoh”
- c) No Pemilik UMKM : No telepon pemilik UMKM yaitu agar pembeli dapat menghubungi penjual jika ingin memesan produknya.

Keterangan kadaluwarsa: Keterangan kadaluwarsa pada label ditulis dengan kalimat “baik dikonsumsi sebelum”. Pada label tidak terlihat adanya keterangan kadaluwarsa, hal ini karena produk yang diproduksi belum diketahui berapa lama masa simpannya. Namun, meskipun begitu kolom untuk penulisan keterangan kadaluwarsa harus dicantumkan dalam label.

KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan menghasilkan pengetahuan baru bagi Pelaku Usaha UMKM yang ada di Desa Taraban terkait pentingnya labeling pada produk pangan dan cara menciptakan label produk pangan dengan baik, benar, dan menarik konsumen. Dengan pengetahuan tersebut, dapat menghindarkan dari kekeliruan dalam memahami label pada produk dan memudahkan *branding* agar lebih dikenal dan diingat oleh konsumen, sehingga ketika konsumen akan membeli suatu produk maka akan memilih produk dari Pelaku Usaha UMKM yang ada di Desa Taraban. Adapun untuk pendampingan pembuatan label pada UMKM Rengginang Bu Rofiqoh dilakukan dengan berdiskusi terkait komponen yang akan dimasukkan dalam label, mengikuti proses produksi, dan proses pembuatan label dengan bantuan aplikasi Canva. Untuk lebih memajukan UMKM di desa Traban, sebaiknya lebih banyak dilakukan kegiatan sosialisasi dan pendampingan UMKM, baik dalam pembuatan label maupun hal lain yang dapat memajukan UMKM. Keterbatasan dalam pelaksanaan pendampingan ini yaitu banyaknya yang masih tetap nyaman pada label yang lama ataupun enggan untuk membuat label dengan alasan tidak memiliki uang untuk membuat label pada kemasan masing-masing produknya. Sehingga ini menjadi suatu kesempatan dalam pelaksanaan PKM selanjutnya untuk dapat membuat suatu alat bantu dalam membuat Label yang ramah lingkungan dan murah, sehingga setiap Pelaku Usaha UMKM yang ada di Desa Taraban dapat membeli ataupun membuat sendiri sesuai kebutuhan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Faizah, U., Lestari, S., Saputra, M. R. H., & Astuty, R. D. (2023). Membangun Branding Produk Dawet Hitam dan Kripik Pisang Melalui Pendampingan Labeling dan Strategi Pemasaran Pada Pelaku UMKM di Kabupaten Purworejo. *Jurnal Gerakan Mengabdikan Untuk Negeri*, 1(3), 97–102.
- Farkhatin, L., Setyorini, R., & Wakhyudi, Y. (2021). Diglosia Tuturan Dalam Bahasa Keseharian Masyarakat Desa Taraban, Kecamatan Paguyangan, Kabupaten Brebes: Array. *Dialektika Jurnal Pendidikan*, 5(2), 89–98.
- Khusna, S. W., Fisabilillah, F. A. N., Iskandar, M., Falakh, S. I., Andianto, A., & Nurfuadi, N. (2023). Peningkatan nilai jual produk melalui labeling kemasan pada produk UMKM Desa Lenggerong. *Kampelmas*, 2(1), 293–303.
- Lusianingrum, F. P. W., Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2021). Pelatihan labeling

	<p style="text-align: center;">JLP : Jurnal Lentera Pengabdian Volume 03 No 02 April 2025 E ISSN : 2985-6140</p> <p style="text-align: center;">https://lenteranusa.id/</p>	
---	--	---

- kemasan produk UMKM mitra binaan Posyantek Al-Ikhlas. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(2), 624–632.
- Maftuhah, R., & Rafsanjani, H. (2019). Pelatihan Strategi Pemasaran Melalui Media Online Pada Produk Usaha Rumahan Krupuk Bawang dan Kripik Sukun. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 227. <https://doi.org/10.30651/aks.v3i2.1996>
- Purwaningsih, I., & Hardiyati, R. (2021). Enhancing the food labelling system in Indonesia: The case of food with health-related claims in small and medium enterprises. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 733(1), 12126.
- Rosyid, A. S., Mustofa, A. I., Alfani, A. K., Putra, B., Aisyah, I. N. N., Nirmala, M., Amara, R., Saputra, R. M., Munir, S., & Maghfiroh, U. (2024). Enhancing UMKM Sales and Exports Through Product Labeling Support. *Jurnal Inovasi Dan Pengembangan Hasil Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 208–218.
- Saad, M. K., Idris, M. Z., & Johari, N. R. (2020). Evaluating SMEs food packaging design characteristics. *Journal of Information System and Technology Management*, 5(18), 19–25.
- Setiawan, R. (2021). *Praktik Gadai Tanah Percatlon di Desa Taraban Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan Perseptif Hukum Islam*. Institut Agama Islam Negeri Madura.
- Sunarjo, W. A., Muhardono, A., Wibowo, D. E., & Maghfiroh, M. (2023). Qrcode Based Batik Product Labeling Innovation As A Strengthening Of Personal Branding And Increasing The Marketing Of Batik Msmes As Competition Preparedness In The Global Market. *Abdi Dosen: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(4), 1446–1452.
- Tobing, D. S. K., & Ardhyansyah, G. (2022). Sosialisasi UMKM dan Pembuatan Label Produk Sebagai Program Pengembangan Umkm Lokal Desa Sumbersari Kabupaten Bondowoso.