



PELATIHAN DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM DI DESA GALENGDOWO, KECAMATAN WONOSALAM

**Muhammad Alif Alfian Sabibal Ahsani¹, Ayu Maulidia², Ayuni Salsabila Putri³, Fariz Al Rizky⁴,
Chaterine Rosalia⁵, Dhian Satria Yudha Kartika⁶**

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

*E-mail: wonosalamkntgalengdowo@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini membahas tentang pengembangan packaging dan labeling untuk produk UMKM di Desa Galengdowo, Kecamatan Wonosalam. UMKM memainkan tugas penting dalam perekonomian, baik sebagai pencipta lapangan pekerjaan maupun sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Salah satu kendala terbesar yang dihadapi UMKM adalah pemasaran produk, di mana packaging dan labeling memiliki peran signifikan dalam menarik perhatian konsumen, memberikan informasi yang jelas, dan membedakan produk dari pesaing. Kegiatan ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi pengembangan *packaging* dan *labeling* yang dapat meningkatkan daya tarik dan daya saing produk UMKM. Metode yang digunakan meliputi observasi dan analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan desain, materi, dan pesan dalam packaging dan labeling. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa inovasi dalam desain label dan kemasan, seperti penggunaan stiker label dengan gambar dan warna yang menarik, dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk UMKM. Kesimpulannya, pengembangan packaging dan labeling yang efektif dapat memberikan kontribusi positif bagi keberlanjutan dan kemampuan bersaing UMKM di pasar yang semakin bersaing.

Kata kunci: UMKM, *packaging*, *labeling*, pemasaran, inovasi

DEVELOPMENT OF PACKAGING AND LABELING FOR MSME PRODUCTS IN GALENGDOWO VILLAGE, WONOSALAM DISTRICT

ABSTRACT

This community service activity discusses the development of packaging and labeling for MSME products in Galengdowo Village, Wonosalam District. MSMEs play an important role in the economy, both as job creators and as drivers of inclusive economic growth. One of the biggest obstacles faced by MSMEs is product marketing, where packaging and labeling have a significant role in attracting consumer attention, providing clear information, and differentiating products from competitors. This activity aims to explore packaging and labeling development strategies that can increase the attractiveness and competitiveness of MSME products. The method used includes observation and analysis of factors that influence the selection of design, materials and messages in packaging and labeling. The results of the activity show that innovation in label and packaging design, such as the use of label stickers with attractive images and colors, can increase the visibility and sales of MSME products. In conclusion, the development of effective packaging and labeling can make a positive contribution to the sustainability and competitive ability of MSMEs in an increasingly competitive market.

Keywords: MSME, packaging, labeling, marketing, innovation

PENDAHULUAN

Dalam periode globalisasi ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai kedudukan penting di dalam perekonomian suatu negara. UMKM tidak hanya berperan sebagai penggerak utama dalam menciptakan lapangan kerja, akan tetapi juga selaku alat penggerak pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Menurut UU No. 20 Tahun 2008 terdapat tiga jenis definisi dari UMKM, yaitu (1). Usaha Mikro merupakan usaha produktif milik perorangan dan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yaitu kekayaan bersih maksimal Rp 50.000.000 tidak termasuk bangunan, tanah atau memiliki hasil penjualan tahunan paling maksimal Rp 300.000.000. (2) Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang independen, yang dijalankan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan ataupun cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian secara langsung maupun tidak secara langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria memiliki kekayaan bersih dari Rp 500.000.000, tidak



termasuk bangunan, tanah tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan melebihi Rp 300.000.000 dan maksimal Rp 2,5 miliar (Kusumadewi & Dkk, 2023).

Salah satu aspek yang krusial dalam keberlangsungan UMKM adalah pemasaran produk mereka. Dalam konteks ini, packaging (pembungkusan) dan labeling (penandaan) produk memiliki peran yang signifikan dalam menarik perhatian konsumen, memberikan informasi yang jelas tentang produk, dan membedakan produk dari pesaing sejenis.

Pengemasan adalah bagian dari proses yang terlibat dalam perancangan dan pembuatan wadah atau penutup bagian terluar. Pengemasan merupakan bagian dari proses perancangan wadah untuk mengubah tampilan suatu produk, Oleh karena itu, agar dapat menarik perhatian calon konsumen, maka kemasannya harus rapi (Nafif et al., 2022). Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menjelajahi strategi pengembangan packaging dan labeling produk UMKM. Peningkatan dalam dua aspek ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam memperluas pangsa pasar, meningkatkan daya saing, serta memperkuat citra merek produk UMKM. Melalui analisis mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan desain, materi, dan pesan dalam packaging dan labeling, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang berarti bagi para pelaku UMKM dalam mengoptimalkan metode pemasaran mereka.

Dalam konteks ini, kegiatan pengabdian akan mengeksplorasi berbagai pendekatan dan praktik terbaik dalam pengembangan *packaging* dan *labeling* produk UMKM. Dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti preferensi konsumen, tren pasar, regulasi perundang-undangan, dan aspek keberlanjutan, maka kegiatan ini bertujuan untuk memberikan arahan yang efektif dan relevan untuk UMKM dalam meningkatkan kualitas serta daya tarik produk mereka melalui packaging dan labeling yang efektif.

Dalam meningkatkan kualitas UMKM desa, *brand awareness* harus dipahami sebagai landasan dasar yang perlu diperhatikan agar proses pemasaran produk dapat dipermudah di kemudian hari. Kesadaran merek adalah kemampuan konsumen untuk mengenali merek tersebut, meskipun merek tersebut hanya dapat dikenali dari hal-hal kecil seperti logo, warna, atau jargon. Menurut Humdiana yang dikutip Untono, kesadaran merek adalah kemampuan pembeli untuk mengingat suatu merek dalam kategori produk tersebut (Getasan et al., 2024).

Upaya pemajuan dan pengembangan sektor UMKM dapat menyerap lebih banyak tenaga kerja dan meningkatkan kesejahteraan pekerja sehingga dapat mengurangi angka pengangguran. Suksesnya sektor UMKM menandakan pembangunan negara juga akan sukses dan sangat membantu pemerataan pendapatan masyarakat (Taryudi et al., 2021). Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan bantuan yang berpengaruh dalam pengembangan strategi pemasaran produk bagi UMKM, juga dapat menjadi landasan untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang ini. Kesimpulan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan menyeluruh mengenai pentingnya pengembangan packaging dan labeling produk dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM dalam pasar yang semakin kompetitif saat ini.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan selama 3 bulan. Pengabdian ini dilakukan di UMKM makanan ringan milik Pak Miskan di desa Galengdowo kabupaten Jombang. Tahapan yang dilakukan dalam kegiatan ini yaitu:

No	Nama Kegiatan	Kunjungan Ke			
		I	II	III	IV
1.	Survei UMKM				
2.	Analisis Permasalahan				
3.	Proses labeling & Alat				
4.	Laporan Pengabdian				

1. Tahap survei

Dalam tahap ini peneliti melakukan kegiatan survei ke salah satu tempat yang tepat untuk kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) di desa galengdowo kabupaten jombang. Dari beberapa UMKM yang telah ditemui, usaha makanan ringan ini milik pak miskan menjadi pilihan yang cocok

untuk kegiatan KKNT ini. Mulai dari kami yang tanya jawab kepada pihak UMKM terhadap produk, penjualan, marketplace, hingga pengeluaran dan pemasukan serta menanyakan apa saja yang perlu dibutuhkan oleh beliau dalam usahanya.

2. Tahap analisis permasalahan

Setelah memilih usaha yang tepat untuk KKNT. Peneliti berusaha menganalisis permasalahan inti pada UMKM makanan ringan ini. Mulai dari penjualan jus jambu yang tidak bisa tahan lama serta makanan ringan lainnya, dan marketplace yang belum mereka buat. maka dari itu kami berencana memberikan ide dan perbaikan untuk meningkatkan penjualan serta pertumbuhan produk UMKM makanan ringan, serta membuat akses marketplace seperti shopee dan berencana membuat labeling, banner, dan packaging produk.

3. Tahap pengembangan produk dan inovasi

Dari peningkatan produk makanan ringan ini dijalankan dengan langkah memberikan inovasi. Inovasi yang dilakukan yaitu membuat akun shopee baru yang bertujuan agar bisa menjangkau luas konsumen luar daerah jombang serta membuat labeling dan kemasan yang lebih memikat dari sebelumnya, dan memberikan sedikit tips untuk penjualan jus jambu agar bisa bertahan lama dan proses yang lebih cepat seperti memberikan natrium benzoat dan alat bantu seperti cooper.

4. Tahap pembuatan laporan

Merupakan tahap akhir dari kegiatan KKNT, pada tahap ini peneliti mengecek ulang produk seperti jus jambu apakah tahan lama atau tidak dan mengerjakan laporan tentang UMKM makanan ringan ini milik Pak Miskan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ketentuan label diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 tentang label dan iklan pangan. Label produk pangan olahan atau Label merupakan seluruh informasi tentang Pangan Olahan yang bisa berupa gambar, tulisan, keduanya atau dapat berbentuk lainnya yang kemudian dimasukkan, ditempelkan atau menjadi bagian dalam kemasan produk.

Berdasarkan rangkaian kegiatan yang telah dilakukan, peneliti berupaya menghadirkan inovasi-inovasi yang diperlukan oleh UMKM makanan ringan milik Pak Miskan di Desa Galengdowo, Wonosalam untuk memperluas sektor pasar dan meningkatkan penjualan produk dan produk yang ditawarkan menjadi lebih dikenal luas. Dari hasil observasi yang dilakukan di rumah Bapak Miskan menunjukkan bahwa produk-produk yang dijual belum memiliki label dan masih menggunakan kemasan plastik biasa. Kurangnya pembaruan inovasi dalam pelabelan dan kemasan menjadikan produk kurang menarik di mata konsumen.



Gambar 1. Produk sebelum labeling

Disini, inovasi yang dilakukan adalah mendesain logo kemasan serta labeling untuk produk makanan ringan milik Pak Miskan setelah sebelumnya melakukan observasi. Inovasi berupa stiker label dengan gambar dan warna yang menarik serta ukuran yang pas untuk ditempelkan pada kemasan produk. Label stiker berbentuk persegi dengan latar belakang warna hitam dengan tulisan warna merah muda dan gambar animasi, serta mengandung nama merek dagang produk. Tujuan pembuatan label adalah demi memperbesar visibilitas produk sehingga lebih populer dan mudah dijumpai oleh konsumen. Inovasi ini dapat memberikan nilai tambah positif bagi pelaku UMKM.



Gambar 2. Produk setelah labeling

Dengan pelabelan yang menarik dapat menjadikan identitas bagi produk makanan ringan Pak Miskan ini. Gambar label bisa diamati pada gambar 2 diatas. Tersedianya label ini diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen.

Sebuah produk seharusnya dikemas secara modern dan praktis agar dapat memikat minat pembeli potensial untuk membelinya. Menurut penelitian oleh Lestari dan Ulya (2021), penggunaan kemasan yang lebih modern dan menarik dapat meningkatkan penjualan produk. Oleh karena itu, kegiatan ini dilakukan guna memberikan edukasi dan dukungan dalam menangani masalah terkait strategi pemasaran yang belum dioptimalkan karena kurangnya perhatian pada pengemasan dan pelabelan produk.

1. Penyuluhan tentang labelisasi dan pengemasan produk

Pada sesi penyuluhan ini, Pak Miskan, seorang pelaku UMKM di Desa Galengdowo, diberitahu tentang pentingnya menggunakan label, kemasan, dan strategi pemasaran yang efektif. Label yang digunakan akan mempermudah pengenalan produk oleh konsumen, sedangkan kemasan yang menarik diharapkan dapat meningkatkan nilai produk dan minat pembelian dari konsumen terhadap produk tersebut yang dihasilkan oleh Pak Miskan. Tujuan dari penyuluhan ini adalah untuk mengenalkan Pak Miskan pada teknik pemasaran yang tepat, sehingga usahanya dapat lebih bersaing dan berhasil memperluas pangsa pasar di pasar yang lebih luas (Arianto, 2020).



Gambar 3. Perkedel Kentang



Gambar 4. Stik sosis



Gambar 5 : Kacang Telur dan Keripik Usus

Setelah mengikuti sesi penyuluhan, produk menjadi lebih menarik dan informatif karena sekarang telah dilengkapi dengan label yang memberikan identitas, serta dapat mencapai pasar yang lebih luas melalui platform marketplace.

2. Penyuluhan dan pengembangan inovasi produk

Pada kegiatan penyuluhan dan pengembangan ini, peneliti berupaya memberikan sedikit tips untuk penjualan jus jambu Pak Miskan agar bisa bertahan lama dan proses yang lebih cepat seperti memberikan natrium benzoat dan alat bantu seperti chopper. Serta membuat banner yang kurang lebih sama dengan design labeling produk yang dipasangkan di lantai 2 rumah Pak Miskan yang menghadap ke arah jalan agar konsumen mudah untuk mengenali dan untuk menggaet konsumen baru agar mampu meningkatkan pangsa pasarnya serta memberikan kesan serius dalam berjualan karena terdapat banner.



SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa pengembangan *packaging* dan *labeling* produk memiliki peran penting dalam peningkatan pemasaran serta kemampuan bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah (UKM). Pengembangan *packaging* dan *labeling* produk UKM di Desa Galengdowo, Kecamatan Wonosalam dilakukan dengan memberikan inovasi label, logo, dan kemasan yang lebih menarik perhatian konsumen. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk UKM serta daya tariknya di mata konsumen. Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk memberikan arahan yang tepat untuk pengembangan strategi pemasaran produk UKM, khususnya melalui peningkatan kualitas *packaging* dan *labeling*. Dengan demikian, diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UKM di masa depan agar dapat bersaing di pasar yang semakin bersaing.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh jajaran lembaga LPPM Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur yang telah memberikan peluang bagi penulis untuk melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) di Desa Galengdowo, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang. Demikian pula, penulis mengucapkan terima kasih untuk seluruh perangkat kecamatan Wonosalam dan Desa Galengdowo serta seluruh warga yang telah menerima dengan terbuka dan bersedia bekerja sama dengan penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Getasan, K., Semarang, K., Permana, G. S., Hapsari, D. L., & Elgibbor, T. D. (2024). *Pengembangan Packaging Produk UMKM di Desa*. 7(1), 118–127.
- Kusumadewi, R. N., & Dkk. (2023). Pendampingan Labeling dan Packaging Dalam Upaya Membangun Branding UKM Jamur Tiram Desa Ujungberung Kabupaten Majalengka. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 4(No. 2), Hal. 1399.
- Nafif, F., Puspaningsih, P., Larasati, N. G., Andriani, S., Suci, L. R., Aminudin, M., & Jumaiyah, J. (2022). Inovasi Packaging dan Marketing Produk UMKM Rumah Sehat Barokah di Desa Bantrung, Kecamatan Batealit, Kabupaten Jepara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 5(2), 214–221. <https://doi.org/10.30591/japhb.v5i2.2909>
- Taryudi, A., Maulana, D., Kistia, J., Hanifah, N., & Retno, D. (2021). Pemulihan Ekonomi Keluarga UMKM Lokal melalui Pelatihan Desain Kemasan Produk dan Pemasaran Online di Desa Pekandangan Jaya, Kabupaten Indramayu (Economic Recovery for Local UMKM Families through Improved Product Packaging and Online Marketing in Pekand. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 3(1), 27–35.