

# PELATIHAN TEHNIK PENGEMASAN DAN PELABELAN UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN MANAGEMEN PEMASARAN UNTUK UMKM DESA BELIMBING

Nailariza Umami<sup>1\*</sup>, Maria Aghata Sri W.H<sup>2</sup>, dan Diesty Hayuhantika<sup>3</sup>

## Ringkasan

Saat ini teknologi digital semakin berkembang pesat sehingga orang lebih banyak melakukan berbagai aktivitas dari rumah, bahkan juga kegiatan berbelanja. Pelaku UMKM perlu berinovasi dalam pemasaran usaha yaitu dengan digital marketing. Untuk dapat melakukan digital marketing suatu produk harus memiliki branding dengan mempercantik tampilan luar produk. Kemasan/packaging merupakan salah satu ujung tombak penjualan suatu produk. Selain untuk perlindungan produk, saat ini kemasan/packaging dapat menjadi daya tarik konsumen untuk membeli. Selain itu yang menjadi satu kesatuan dengan pengemasan adalah pelabelan. Bagian-bagian yang terdapat dalam label dapat dijadikan sebagai media komunikasi antara produsen kepada konsumen guna membentuk citra. Label pada kemasan produsen dapat memberikan informasi mengenai kualitas, brand, kode produksi, legalitas, petunjuk penggunaan atau penyajian. Tujuan dari Pengabdian ini adalah meningkatkan pemahaman dan keterampilan dari sumber daya manusia (SDM) terutama tentang tehnik pengemasan dan pelabelan produk untuk pelaku UMKM di Desa Belimbing yang selama ini masih belum begitu paham dalam pengeemasan dan pelabelan. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini terbagi atas tiga kegiatan, diantaranya sosialisasi kegiatan, pelatihan pengemasan dan pelabelan, serta evaluasi dan monitoring. Pelatihan dan penyuluhan dilakukan secara tatap muka langsung. Luaran kegiatan ini adalah terciptanya kemasan baru, label pada kemasan serta meningkatnya pengetahuan mitra hingga 100% terkait kemasan dan label yang sesuai syarat dan ketentuan. Dari hasil kegiatan yang dilihat dari indicator pencapaian dan keberhasilan acara pelatihan didapatkan bahwa hasil yang didapatkan baik dengan respon para pelaku UMKM yang antusias.

**Mitra program pengabdian adalah pelaku UMKM dan pemerintah Desa Blimbing. Desa Belimbing berada di Kabupaten Tulungagung Jawa Timur. Pemerintah desa Blimbing menaungi langsung untuk semua pelaku UMKM yang ada. Sebanyak kurang lebih 150 UMKM yang ada di desa Blimbing sebagian besar bergerak dibidang mengolah makanan ringan/camilan, seperti kerupuk, keripik, kue kering, manisan dan minuman.**

## Keywords

Inovasi produk, pengemasan, pelabelan, branding, digital marketing

**Submitted:** 14/09/22 — **Accepted:** 20/09/22 — **Published:** 25/10/22

<sup>1</sup> Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Bhinneka PGRI, Tulungagung, Indonesia — email: [umaminailariza@gmail.com](mailto:umaminailariza@gmail.com)

<sup>2</sup> Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Bhinneka PGRI, Tulungagung, Indonesia — email: [mariaaghata@ubhi.ac.id](mailto:mariaaghata@ubhi.ac.id)

<sup>3</sup> Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Bhinneka PGRI, Tulungagung, Indonesia — email: [diesty@ubhi.ac.id](mailto:diesty@ubhi.ac.id)

\* *correspondent author*

## 1. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 mengubah Perilaku Konsumen dan Persaingan Bisnis yang perlu diantisipasi oleh para pelaku usaha akibat adanya pembatasan kegiatan. Konsumen lebih banyak melakukan aktivitas di rumah dengan memanfaatkan teknologi digital. Dengan begitu, pelaku usaha termasuk UMKM perlu berinovasi dalam memproduksi barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan pasar. Mereka juga dapat menumbuhkan-kembangkan berbagai gagasan/ide usaha baru yang juga dapat berkontribusi sebagai pemecah persoalan sosial-ekonomi masyarakat akibat dampak pandemi (*social entrepreneurship*).

Kemasan atau packaging merupakan salah satu ujung tombak penjualan suatu produk. Pada awalnya fungsi kemasan secara mendasar adalah untuk mewadahi dan melindungi produk dari kerusakan-kerusakan. Fungsi kemasan yaitu 1). Fungsi protektif, dan 2). Fungsi promosional [1]. Fungsi protektif dimaksudkan untuk menghindari berbagai kemungkinan kerusakan produk, baik karena iklim, prasarana transportasi, distribusi, dan lainnya. Sehingga dengan protektif ini para konsumen tidak perlu menanggung resiko barang rusak. Fungsi kedua yaitu promosional. Kemasan yang baik secara warna, ukuran dan penampilan akan memiliki daya tarik tersendiri bagi pembeli untuk pembeli memiliki produk tersebut. Seiring perkembangan zaman, *packaging* dituntut untuk mampu menumbuhkan ketertarikan konsumen untuk membeli. Dalam perancangan packaging tidak hanya sekedar asal merancang saja, tetapi dituntut adanya ide-ide yang mampu menuangkan keunggulan sebuah merk atau produk sehingga tampilan desain mampu “menjual” dan penting juga tampilan packaging haruslah menarik dan enak dipandang untuk menarik hati konsumen. Adanya kemasan/*packaging* yang baik hendaknya dapat menjadi media komunikasi/promosi yang mendongkrak penjualan, karena packaging pada saat ini mengalami pergeseran fungsi yang awalnya hanya melindungi sebuah produk, kini berfungsi sebagai identifikasi sebuah merk dagang. Perkembangan packaging akhirnya menjadikan bagian ujung tombak dari promosi suatu produk yang akhirnya berfungsi meningkatkan nilai jual produk.

Perancangan desain kemasan memiliki fokus utama pada perancangan wadah untuk suatu produk dengan pertimbangan komposisi warna yang harmonis, elemen-elemen grafis yang menarik serta bentuk kemasan yang unik dan disesuaikan dengan konten produk [2]. Desain kemasan merupakan elemen utama sebagai identitas visual pendukung pemasaran (marketing) suatu *brand*.

Bagian dari kemasan suatu produk dapat dijadikan sebagai media komunikasi antara produsen kepada konsumen guna membentuk citra [3, 4, 5]. Label pada kemasan produsen dapat memberikan informasi mengenai kualitas, brand, kode produksi, legalitas, petunjuk penggunaan atau penyajian [6] [7]. Sehingga label dapat dijadikan identitas dari suatu produk meskipun ada beberapa produk dipasaran yang sama [8]. Tidak mengeherankan apabila atribut produk termasuk label pada kemasan ini terbukti menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian [9] [10]. Selain itu, label juga menjadi faktor yang penting dalam menguatkan merek suatu produk dalam persaingan [11].

### Permasalahan Mitra

Permasalahan yang dihadapi Mitra UMKM Desa Blimbing adalah Keterbatasan Pengetahuan dan Keterampilan. Produk UMKM Desa Blimbing adalah produk olahan seperti kripik tela, pisang atau belimbing dan juga kerupuk udang. Sebagian besar masih menggunakan pengemasan yang sederhana dengan plastik tipis dan tidak ditutup dengan klip atau mesin pres, tetapi hanya dilelehkan dengan api agar dapat menempel.

## 2. Metode Penerapan

Adapun metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan metode pelatihan dan penyuluhan. Pelatihan serta penyuluhan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pelatihan pengemasan dan pelabelan produk. Adapun tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan ini meliputi:

### 2.1 Tahap Identifikasi Permasalahn Mitra

Metode ini diawali dengan observasi dan pengamatan melalui tahapan identifikasi kemudian mencari solusi terkait masalah yang dialami oleh mitra.

## 2.2 Persiapan

Pelatihan dilakukan di daerah tujuan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat yang melibatkan aparat desa setempat. Target masyarakat yang dijadikan Mitra adalah kelompok UMKM di Desa Belimbing. Pada kegiatan program sosialisasi akan dipilih 20 orang yang bersedia mengikuti pelatihan. Dalam tahapan persiapan ini, tim pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melakukan diskusi dengan kelompok UMKM dan aparat desa setempat dengan tujuan untuk; Memberikan informasi tentang tujuan dan maksud program pengabdian kepada masyarakat tersebut dilaksanakan, Melaksanakan pendataan peserta yang terdiri dari pelaku UMKM, Melakukan diskusi tentang kegiatan pelatihan, Mendiskusikan lokasi dan jadwal pelaksanaan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

## 2.3 Sosialisasi Kegiatan

Tujuan dilakukan kegiatan sosialisasi adalah agar mitra memahami latar belakang, target, sasaran dan tujuan kegiatan pengabdian. Sosialisasi diberikan kepada pemilik dan karyawan UMKM di Desa Belimbing. Kegiatan sosialisasi akan dilaksanakan secara offline. Pada kegiatan ini juga dilakukan pengukuran tingkat pengetahuan mitra tentang kemasan dan label.

## 2.4 Pelatihan Pengemasan dan Pelabelan

Tim menyiapkan materi dan bahan peraga yang akan disampaikan pada peserta. Materi yang akan disajikan adalah tentang cara pengemasan dan pelabelan yang benar dan menarik bagi konsumen sehingga sebagai arah penyiapan produk UMKM desa Blimbing bias segera melakukan digital marketing. Dalam kegiatan ini nanti akan diadakan demo cara pengemasan dengan bahan-bahan yang aman dan berkualitas bagus tetapi masih dalam jangkauan harga sehingga tidak meningkatkan modal usaha dan dilanjutkan dengan pelatihan membuat label yang benar. Pelaksanaan Pelatihan akan menghadirkan 3 narasumber diantaranya: **Aditya Prisma**, merupakan ketua wirausaha muda di tulungagung. **Fitria Ramdhani**, merupakan mahasiswa semester 8 yang sedang menempuh skripsi yang telah memiliki usaha yang berkembang. **Nailariza Umami, M. Pd**, merupakan penulis dan pelaksana pengabdian masyarakat ini.

## 2.5 Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi merupakan kegiatan akhir pada kegiatan pengabdian ini. Monitoring dan evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui dan melihat apakah kegiatan pelatihan dan penyuluhan yang dilakukan sudah sesuai dengan rencana dan target luaran kegiatan pengabdian. Monitoring dan evaluasi pada kegiatan ini dilakukan dengan cara wawancara dan mengamati langsung yang nantinya evaluasi akan dilanjutkan dengan pengisian kuesioner setelah semua tahapan kegiatan selesai.

## 3. Hasil dan Ketercapaian Sasaran

Kegiatan pengabdian masyarakat untuk kalangan pelaku UMKM di Desa Blimbing Rejotangan Tulungagung dilaksanakan tanggal 11 Agustus 2022. Dari peserta yang hadir berasal dari usaha kerupuk udang, keripik tempa, catering dan rempeyek. Dan hampir semua peserta adalah ibu-ibu rumah tangga paruh baya berkisar umur 40-50 tahun yang masih sangat awam dengan teknologi.

Dimulai dari observasi yang dilakukan oleh penulis selama 2 hari kepada para pelaku UMKM di Desa Blimbing dan hasilnya sebagian besar pelaku UMKM Desa Blimbing menginginkan pelatihan dalam penjualan online di marketplace seperti shoope, bukalapak bahkan juga di media social seperti facebook dan instagram. Tetapi dari hasil observasi produk, jika lihat dari segi penampilan luar seperti pengemasan, merk dan pengemasan sebagian belum begitu memenuhi syarat. Untuk produk seperti kerupuk dan keripik, kebanyakan hanya dikemas dalam wadah plastik tipis serta penutupnya belum dipres tetapi plastik masih dipanaskan dengan api agar bisa lengket antara sisi plastik satu dengan yang lain sehingga bias tertutup, sedangkan label masih seadanya dicetak hitam putih yang sebagian tulisannya tidak jelas bahkan tidak tercetak sempurna. Untuk itu hal terkait branding dasar seperti pengemasan dan pelabelan perlu diperbaiki untuk menambah daya tarik produk dari segi penyajian luar. Untuk itu pelatihan pengemasan dan pelabelan dirasa jauh lebih penting saat ini. Dari hasil observasi pelatihan pengemasan

dan pelabelan produk ini pada akhirnya diputuskan untuk tujuan bahwa produk-produk UMKM desa belimbing memenuhi syarat pengemasan dan pelabelan yang benar dan dapat menarik konsumen karena secara tampilan akan jauh lebih cantik. Dengan produk yang telah cantik dan memenuhi syarat pengemasan dan pelabelan yang baik maka produk-produk UMKM ini nantinya akan siap untuk *digital marketing*.

Sebelum pelaksanaan pelatihan peserta diharuskan mengisi angket diisi dengan tujuan untuk mengukur pengetahuan awal mereka terkait pengemasan dan pelabelan. Berdasarkan hasil pengisian instrument dapat disimpulkan bahwa semua anggota mitra pernah membaca label pada kemasan untuk melihat informasi yang dicantumkan dalam label seperti merek produk, tanggal kedaluwarsa, komposisi bahan produk. Namun semua anggota mitra tidak mengetahui syarat kemasan dan syarat label yang baik sehingga dibutuhkan sebuah pelatihan terkait hal tersebut.



Gambar 1. Flyer untuk di media sosial

Setelah sosialisasi dan survei dilakukan seperti terlihat pada Gambar 1, tahap berikutnya dilakukan pelatihan pengemasan dan pelabelan. Dalam pelatihan ini terdapat 3 pemateri:

Pemateri pertama adalah Aditya Prisma (terlihat pada Gambar 2), merupakan ketua wirausaha muda di tulungagung, disini mas Aditya akan menyampaikan tips dan trik bagaimana berwirausaha agar dapat berkembang pesat dengan branding dan digital marketing.



Gambar 2. Presentasi Pemateri 1

Pemateri kedua (seperti terlihat pada Gambar 3) adalah Fitria Ramdhani, merupakan mahasiswa semester 8 yang sedang menempuh skripsi. Dan merupakan seorang wirausaha muda yang menjalankan usaha disela-sela kuliah dan usaha yang dijalankan selama kurang lebih 1,5 tahun sudah berjalan dan berkembang dengan pesat, bahkan di semester genap 2021/2022 telah berhasil mendapatkan hibah P2MW (Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha). Dalam pelatihan ini mbak Fitria akan menyampaikan pengalamannya terkait wirausaha yang dijalani sehingga berhasil dalam *branding* usahanya.



Gambar 3. Presentasi Pemateri 2

Pemateri ketiga Gambar 4 adalah Nailariza Umami, M. Pd, merupakan penulis dan pelaksana pengabdian masyarakat ini. Materi yang disampaikan adalah tentang pengemasan dan pelabelan. Dilanjutkan dengan pendampingan dalam pelatihan pengemasan dan pelabelan oleh para peserta.



Gambar 4. Presentasi Pemateri 3

Selain materi tentang bentuk dan jenis kemasan makanan, anggota mitra juga diberikan pengetahuan tentang label kemasan yang baik. Pembuatan label didasarkan pada Peraturan Pemerintah No.69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan. Dalam peraturan tersebut dijelaskan bahwa sebuah label produk harus dengan bahasa yang jelas, desain yang mudah terbaca, serta informasi yang dicantumkan adalah informasi yang tidak mengandung kebohongan dan informasi yang tercantum harus kuat. Selain itu disebutkan pula persyaratan teknis sebuah label kemasan diantara label harus dibuat dengan ukuran yang sesuai dengan informasi penting dari produk, label harus kuat agar tetap menjadi satu dengan produk, label tidak mudah luntur, dan apabila menggunakan lem harus memilih lem yang tidak merusak kemasan.

Pada saat kegiatan pelatihan, anggota mitra juga diberikan penjelasan tentang informasi wajib yang harus dicantumkan dalam label kemasan produk diantaranya identitas penjual, nama produk, berat produk, nomor pendaftaran produk (PIRT, MD) seperti contoh label yang ditampilkan pada Gambar 5. Selain informasi wajib, terdapat informasi tambahan yang ditulis dalam label kemasan diantaranya tanggal kedaluarsa, komposisi bahan yang digunakan, nomor produksi, petunjuk penyajian atau cara pemakaian produk, cara penyimpanan produk [12].



(a)



(b)

Gambar 5. Contoh label produk yang dibuat oleh tim KKN

Hasil evaluasi dapat disimpulkan bahwa, pelaksanaan kegiatan pengabdian pada pelaku UMKM telah terlaksanakan sesuai dengan perencanaan serta sosialisasi sebelumnya. Meskipun peserta yang datang tidak sebanyak yang

diharapkan tetapi tidak mengurangi semangat dan antusias peserta dalam mengikuti setiap rangkaian acara, hal ini dapat terlihat dari keseriusan dan komitmen mitra sangat tinggi.

Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi luaran kegiatan dapat dilihat pada Table 1 berikut ini :

**Tabel 1.** Hasil monitoring dan evaluasi ketercapaian

| No. | Kegiatan  | Sebelum   | Sesudah  |
|-----|---|---|--|
| 1.  | Perubahan kemasan dan pelabelan   | Menggunakan plastik dengan kualitas rendah dan penutupan belum dipres tapi masih dipanasi dengan api untuk menyatukan 2 sisi plastik. Label masih sekedarnya dengan kertas hvs dengan ukuran sangat kecil berwarna hitam putih dan kualitas cetakan sangat buruk. Sebagian yang lain belum terdapat label.  | Sudah menggunakan standing pouch dengan kualitas plastik sangat baik tetapi dengan harga yang masih sangat terjangkau sehingga tidak menambah biaya modal. Pelabelan sudah bagus dengan kualitas kertas stiker tebal full color dan informasi yang terdapat dalam label sudah sesuai syarat. |
| 2.  | Meningkatkan pengetahuan mitra tentang kemasan produk makanan sesuai ketentuan            | Seluruh anggota mitra tidak mengetahui kemasan produk makanan yang sesuai ketentuan pengemasan yang benar. Kemasan plastik tipis dan juga menggunakan plastik yang mengandung bahan berbahaya. Serta penutupnya belum dipres tetapi plastik masih dipanaskan dengan api agar bisa lengket antara sisi plastik satu dengan yang lain sehingga bisa tertutup. | Seluruh anggota mitra mengetahui kemasan produk makanan yang sesuai ketentuan kemasan yang baik.   |
| 3.  | Meningkatkan pengetahuan mitra tentang label pada kemasan produk makanan sesuai ketentuan | Seluruh anggota mitra tidak mengetahui label pada kemasan produk makanan yang sesuai ketentuan sedangkan label yang digunakan pelaku UMKM masih seadanya dicetak hitam putih yang sebagian tulisannya tidak jelas bahkan tidak tercetak sempurna.   | Seluruh anggota mitra mengetahui label pada kemasan produk makanan yang sesuai ketentuan   |

Berdasarkan hasil evaluasi dan monitoring kegiatan, luaran yang didapatkan dapat disimpulkan bahwa, hasil pengukuran kegiatan hanya pada tingkat pengetahuan mitra dan terciptanya kemasan dan label kemasan yang baru sesuai tujuan dari kegiatan pengabdian. Pada kegiatan ini tidak dilakukan pengukuran tingkat keberhasilan perbaikan kemasan terhadap peningkatan pendapatan mitra.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa adanya peningkatan pengetahuan mitra yaitu pelaku UMKM di Desa Blimbing tentang pengemasan dan pelabelan. Mitra pelaku UMKM

dapat langsung mempraktekan pengemasan dan pelabelan produk mereka sendiri. Terciptanya kemasan baru serta label pada kemasan yang menerangkan identitas dan kontak mitra. Seluruh anggota mitra mengetahui kemasan produk makanan yang sesuai syarat dan mengetahui label kemasan produk makanan yang sesuai syarat.

## Ucapan Terimakasih

Terimakasih kami ucapkan kepada segenap perangkat dan UMKM serta seluruh masyarakat desa Blimbing yang telah mendukung, memfasilitasi dan membantu terselenggaranya kegiatan pengabdian ini dengan sukses. Terimakasih juga kepada segenap mahasiswa KKN Universitas Bhinneka PGRI yang telah berkolaborasi dengan penulis dalam memberikan pelatihan yang sangat bermanfaat untuk UMKM. Kami juga ucapkan terima kasih kepada Universitas Bhinneka PGRI yang telah memberikan dana untuk penyelenggara kegiatan ini.

## Sumber Dana

Sumber dana berasal dari internal Universitas Bhinneka PGRI dengan SK Nomor:628/SK/UBHI/VI/2022

## Pustaka

- [1] Simamora, Henri. (2009). Manajemen Sumber Daya Manusia. Gramedia, Jakarta.
- [2] Wiley, John dan Sons. (2009). Engineering Optimisation: Theory and Practice. Fourth Edition.
- [3] Handini, Y. D., Suhartono, S., & Wahjuni, S. (2017). Kegiatan Pelabelan, Pengemasan Dan Pemasaran Kerupuk Dan Rengginang Panarukan Situbondo. Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi, 4(2), 68–81.
- [4] Indrihastuti, P., Arvianti, E.Y., & Dewi Novitawati, R.A. (2019). Teknik Design Labeling Pengembangan Model Kemasan Keripik Salak Pondoh oleh Wanita Tani Srikandi dan Karya Bhakti. JAST: Jurnal Aplikasi Sains Dan Teknologi, 3(2), 115.
- [5] Sari, N. L. D. I. . (2013). Elemen Visual Kemasan Sebagai Strategi Komunikasi Produk. Jurnal Komunikasi Profetik, 6(1), 43–52.
- [6] Adisasmito, Wiku. 2008. “Analisis Kebijakan Nasional MUI DAN BPOM DALAM Labeling Obat dan Makanan”. Jurnal Kebijakan Nasional MUI dan BPOM Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia.
- [7] Herawati, A. & Listyawati, L. (2017). herawati.pdf. Dedication: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat IKIP PGRI Jember, 1(2), 102–109.
- [8] Erlyana, Y. (2018). Identity Dari Sebuah Produk Makanan Lokal Indonesia Dengan Studi Kasus : Produk Oleh-Oleh Khas Betawi ‘ Mpo Romlah ‘. National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development Universitas, September, 1079–1097.
- [9] Dewi, N., & Jatra, M. (2013). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Di Kota Denpasar. Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 2(2), 248–261.
- [10] Susetiarsi, (2012). Kemasan Produk Ditinjau dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan dan Pelabelan pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Minuman Mizone di Kota Semarang. Jurnal STIE Semarang, 4(3).
- [11] Sa’diyah, H. (2020). Inovasi Pengemasan Dan Pelabelan Dalam Meningkatkan Daya Saing. Al-Iqtishady: Jurnal Ekonomi Syariah, 1(2), 56–67.
- [12] Alsuhendra dan Ridawati. (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.