https://e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITAKARYA

E ISSN : 2986=5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Randusanga Wetan

Rinaldi Dwi Imani1 , Hendri Sucipto2, Nur Afridah[3], Muhammad Syaifulloh[4,]
Slamet bambang Riono[5]

[1,2,3,4,5] Universitas Muhadi Setiabudi, Brebes

Email: [1]reinalgeforce.2910@gmail.com, [2]hendricucipto313@gmail.com,
[3]nurafridah.umus73@gmail.com , [4]msyaifullloh2310@gmail.com, [5]sbriono@gmail.com

Abstrak

Rendahnya kesadaran para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terhadap pentingnya label pada kemasan produk UMKM yang berlaku, kebanyakan pelaku UMKM banyak yang mengalami kesulitan dalam hal memperhatikan label produk. Tujuan dari kegiatan ini adalah agar pemilik usaha khususnya UMKM lebih memperhatikan Label pada Kemasan UKM yang produknya akan mereka pasarkan di berbagai segmen pasar selain mendapat inovasi dari kemasan juga bisnis para UMKM mendapatkan kelegalan dari sertifikat Sehat dan Halal, sehingga dapat menarik minat pembeli dan semua UMKM siap dalam menghadapi persaingan. Label produk merupakan identitas dari sebuah produk yang akan dipasarkan, label produk dapat mempermudah konsumen dalam memilih produk yang akan dibelinya, dan menjadi penguat branding usaha dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Dalam label di produk terdapat informasi berupa brand, komposisi, legalitas, fungsi dan petunjuk produk. Para pelaku UMKM juga harus melek teknologi atau sistem informasi yang biasa disebut dengan e-commerce atau pemasaran elektronik, guna mempermudah para pelaku UMKM dalam berinovasi melakukan produksi dan penjualan produk. masih terdapat rendahnya pemahaman dalam pembuatan label pada kemasan. Label NIB, halal MUI dan Label BPOM untuk produk pangan merupakan potensi besar yang dimiliki UMKM di Desa Randusanga Wetan karena dituntut harus bisa memperbaiki kekurangan-kekurangan dan serta membuat inovasi-inovasi yang bisa membuat UMKM-UMKM tersebut berkembang pesat, mampu bertahan dan siap bersaing.

Kata Kunci : Penyuluhan, Label Produk, Usaha Rumahan (Home Industry) dan UMKM

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

https://e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITAKARYA

E ISSN : 2986=5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

PENDAHULUAN

Upaya pemerintah dalam meningkatkan angka perekonomian nasional pada setiap desa tentunya ada beberapa langkah, salah satu caranya dengan melakukan pemberdayaan masyarakat desa melalui program desa dengan membentuk sektor usaha rumahan (*Home Industry*) dan sektor UMKM. Sektor usaha yang dilakukan pada setiap desa menjadi salah satu peluang bagi masyarakat yang dapat meningkatkan nilai pendapatan masyarakat atau keluarga, membuka peluang kerja untuk orang lain, bahkan sektor usaha rumahan dapat mendorong taraf perekonomian nasional. Sulistyandari dkk. (2017) melakukan penyuluhan dan pendampingan membuat label merek dan kemasan dengan menggunakan sealer untuk mengemas produk agar usaha lebih berkembang.

Menurut Ratih Wahyuningrum Pengembangan wawasan dan kemampuan dari SDM dapat meningkatkan kinerja keseluruhan komponen sistem. Perkembangan teknologi saat ini mempermudah dan mempercepat proses pada penyelesaian suatu tugas. Penguasaan pada perangkat teknologi menjadi syarat mutlak optimalisasi pemanfaatan teknologi ini (Agyztia Permana, 2021). Philip Kotler dan Kevin Keller (2016): "Label adalah bagian dari kemasan yang berisi informasi tentang produk, seperti nama produk, merek, tagline, deskripsi produk, instruksi penggunaan, informasi nutrisi, tanggal kadaluarsa, dan lain-lain."

Suhardi (2019) melakukan penyuluhan mengenai peranan kemasan, bahan kemasan produk, bentuk kemasan produk dan pelatihan pembuatan desain yang menarik dengan metode presentasi, demonstrasi dan praktek.Menurutnya, target sasaran dari peningkatan penjualan produk makanan kering seperti pengrajin abon sapi, Jiane Snack, Markisa Noerlan yang selama ini masih menggunakan kemasan yang sederhana, mempunyai cita rasa yg kurang bervariasi dan proses pembuatan abon sapi yang masih tradisional sehingga produk tersebut belum mengalami peningkatan pendapatan. Selain itu, pemasaran produk yang dihasilkan juga terbatas. Kotler dan Keller (2021) mendefinisikan label produk sebagai informasi yang tercetak atau ditempel pada kemasan produk yang memberikan informasi tentang merek, nama produk, instruksi penggunaan, bahan baku, tanggal kadaluarsa, dan sebagainya. Belch dan Belch (2021) mendefinisikan label produk sebagai label pada kemasan produk yang memberikan informasi tentang merek, nama produk, bahan baku, tanggal kadaluarsa, instruksi penggunaan, dan informasi lainnya yang diperlukan oleh konsumen. Menurut Karim dan Rahman (2021), label produk merupakan label pada kemasan produk yang berisi informasi tentang merek, nama produk, bahan baku, tanggal kadaluarsa, instruksi penggunaan, dan informasi lainnya yang diperlukan oleh konsumen.

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986=5603
Jurnal Pengabdian Masyarakat

Dalam rangka meningkatkan pendapatan masyarakat yang mempunyai Usaha Kecil Menengah di Desa Randusanga Wetan Kecamatan Brebes, penyuluhan ini mengkonsentrasikan target sasaran ke UMKM yang ada di Desa Randusanga Wetan. Label pada kemasan adalah yang akan menjadi fokus untuk membantu perkembangan UKM pada lingkungan Desa Randusanga Wetan, karena Label pada kemasan pada usaha kecil menengah merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan suatu usaha, karena label pada kemasan merupakan hal yang langsung dilihat oleh konsumen dan dapat menjadi salah satu faktor penentu melakukan pembelian sebuah produk sedangkan pajak dapat menentukan harga barang tersebut.

Label pada produk adalah informasi tertulis, gambar, atau tanda yang ditempatkan pada kemasan atau produk itu sendiri yang memberikan informasi tentang produk tersebut. Label pada produk dapat berisi informasi seperti nama produk, merek, produsen, tanggal kadaluarsa, bahan, instruksi penggunaan, bahaya, serta sertifikasi atau label kualitas.

Tujuan dari label pada produk adalah untuk memberikan informasi yang akurat dan jelas kepada konsumen tentang produk yang mereka beli dan gunakan. 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. 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. 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.

Suhardi dkk. (2019) melakukan pelatihan pembuatan desain dan labeling kemasan produk rempeyek. Rempeyek yang dikemas menarik sehingga konsumen lebih tertarik. Labelling dibuat sederhana, selanjutnya labeling dicetak pada plastik kemasan yang berbagai ukuran sesuai kebutuhan. Hal ini menunjukkan bahwa kemasan dan labeling merupakan dalam hal penting pada sebuah produk. Agar dapat berkembang dan berekspansi ke usaha yang berskala lebih luas melalui perbaikan kemasan labeling.

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986=5603
Jurnal Pengabdian Masyarakat

Desa Randusanga Wetan merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Brebes yang terdapat beberapa kelompok usaha rumahan (*Home Industry*) dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diantaranya memproduksi Kerupuk udang, pakan ikan, bandeng presto, dan krupuk aci. Tapi dalam perkembangan usahanya ada beberapa kelompok usaha rumahan (*Home Industry*) dan UKM yang masih terkendala dalam melakukan pembuatan label atau nama dari produk yang dibuat. Dengan adanya permasalahan yang ada di Desa Randusanga Wetan tersebut kelompok KKN Universitas Muhadi Setiabudi Brebes yang merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang ada di Daerah Brebes memberikan penyuluhan kajian dasar kewirausahaan kepada masyarakat Desa Randusanga Wetan dalam bentuk Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Desa Randusanga Wetan

KAJIAN TEORI

1. Penyuluhan

a) PENGERTIAN PENYULUHAN

Penyuluhan adalah suatu kegiatan mendidik sesuatu kepada individu ataupun kelompok, memberi pengetahuan, informasi-informasi dan berbagai kemampuan agar dapat membentuk sikap dan perilaku hidup yang seharusnya. Hakekatnya penyuluhan merupakan suatu kegiatan nonformal dalam rangka mengubah masyarakat menuju keadaan yang lebih baik seperti yang dicita-citakan (Notoatmodjo, 2012).

b) METODE PENYULUHAN

Pengetahuan yang diperoleh diharapkan dapat berpengaruh terhadap perilaku sasaran penyuluhan. Untuk mencapai suatu hasil yang optimal, penyuluhan harus disampaikan menggunakan metode yang sesuai dengan jumlah sasaran (Notoatmodjo,2014). Metode penyuluhan terdiri dari beberapa jenis, yaitu:

1) Metode individual

Dalam promosi kesehatan, metode yang bersifat individual digunakan untuk membina perilaku baru, atau membina seseorang yang mulai tertarik kepada suatu perubahan perilaku atau inovasi.

2) Metode penyuluhan kelompok

Metode penyuluhan kelompok harus mengingat besarnya kelompok sasaran serta tingkat pendidikan formal pada sasaran. Untuk kelompok yang besar, metodenyaakan berbeda dengan kelompok kecil.

3) Metode penyuluhan massa

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986=5603
Jurnal Pengabdian Masyarakat

Metode penyuluhan massa digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat yang sifatnya massa atau *public*.

c) ALAT BANTU PENYULUHAN

Alat bantu penyuluhan adalah alat-alat yang digunakan oleh petugas dalam menyampaikan bahan materi atau pesan kesehatan. Alat bantu ini lebih sering disebutalat peraga karena berfungsi untuk membantu dan memperagakan sesuatu di dalam proses penyuluhan kesehatan.

Edgar Dale membagi alat peraga tersebut menjadi sebelas macam dan menggambarkan tingkat intensitas tiap-tiap alat tersebut dalam sebuah kerucut. Dari kerucut tersebut dapat dilihat bahwa lapisan yang paling dasar adalah benda asli dan yang paling atas adalah kata-kata. Hal ini berarti bahwa dalam proses penerimaan pesan, benda asli mempunyai intensitasnya yang paling tinggi untuk mempersepsikan pesan dan informasi. Sedangkan penyampaian bahan yang hanya dengan kata – kata saja sangat kurang efektif atau intensitasnya paling rendah. Alat peraga akan sangat membantu dalam promosi kesehatan agar pesan-pesan kesehatan dapat disampaikan lebih jelas, dan masyarakat sasaran dapat menerima pesan tersebut dengan jelas dan tepat. Alat peraga berfungsi agar seseorang lebih mengerti fakta kesehatan yang
dianggap rumit, sehingga mereka dapat menghargai betapa bernilainya kesehatan bagi kehidupan. Secara garis besar terdapat tiga macam alat peraga penyuluhan, antara lain:

1) Alat bantu lihat (*visual aids*) yang berguna dalam membantu menstimulasi indra mata (penglihatan) pada waktu terjadinya proses penerimaan pesan, misalnya *slide*, film, dan gambar.
2) Alat bantu dengar (*audio aids*) yang dapat membantu dalam menstimulasikan indrapendengar pada waktu proses penyampaian bahan pendidikan, misalnya : radio dan *Compact Disk* (CD).
3) Alat bantu lihat-dengar (*audio visual aids*) yang dapat menstimulasi indra penglihatan dan pendengaran pada waktu proses penyuluhan, misalnya televisi, *video cassette dan Digital Versatile Disk (DVD)*.

Media yang digunakan ketika melakukan penyuluhan adalah *leaflet. Leaflet* adalah suatu bentuk penyampain informasi atau pesan-pesan kesehatan melalui lebaran yang dilipat, isi informasi dapat berupa bentuk kalimat maupun gambar atau kombinasi (Notoatmodjo, 2014). *Leaflet* dapat dijadikan media sosialisasi untuk mencapai tujuan berupa peningkatan pengetahuan, perubahan sikap dan perubahan

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986=5603
Jurnal Pengabdian Masyarakat

perilaku. Kelebihan yang dimiliki media *leaflet* yaitu lebih bertahan lama dan dapat disimpan untuk dilihatsewaktu-waktu. Isi materi informasi yang disampaikan melalui media *leaflet* harus singkat, padat berupa pokok-pokok uraian yang penting saja dengan menggunakan kalimat yang sederhana.

2. LABEL

a) PENGERTIAN LABEL

Label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya. Menurut Tjiptono label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label biasa merupakan bagian dari kemasan, atau bisa pula merupakan etiket (tanda pengenal) yang dicantelkan pada produk. Sedangkan Kotler menyatakan bahwa label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Label bisa hanya mencantumkan merek atau informasi.

Di samping itu ada beberapa macam label secara spesifik yang mempunyai pengertian berbeda antara lain:

a. Label produk (*product label*) adalah bagian dari pengemasan sebuah produk yang mengandung informasi mengenai produk atau penjualan produk.
b. Label merek (*brand label)* adalah nama merek yang diletakkan pada pengemasan produk.
c. Label tingkat (*grade label*) mengidentifikasi mutu produk, label ini bisa terdiri dari huruf, angka atau metode lainya untuk menunjukkan tingkat kualitas dari produk itu sendiri.
d. Label diskriptif (*descriptive label*) mendaftar isi, menggambarkan pemakaian dan mendaftar ciri-ciri produk yang lainya. Pemberian label (labeling) merupakan elemen produk yang sangat penting yang patut memperoleh perhatian seksama dengan tujuan untuk menarik parakonsumen.

b) FUNGSI LABEL

Menurut Kotler, fungsi label adalah:

a. Label mingidentifikasi produk atau merek
b. Label menentukan kelas produk
c. Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakannya, dan bagaimana menggunakan secara aman)
d. Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik.

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986=5603
Jurnal Pengabdian Masyarakat

Pemberian label dipengaruhi oleh penetapan, yaitu:

i. Harga unit (*unit princing*); menyatakan harga per unit dari ukuran standar.
ii. Tanggal kadaluarsa (*open dating*); menyatakan berapa lama produk layak dikonsumsi
iii. Label keterangan gizi (*nutritional labeling*); menyatakan nilai gizi dalam produk.

3. Tinjauan *Home Industry*

a. Pengertian *Home Industry*

Home berarti rumah, tempat tinggal, ataupun kampong halaman. Sedang industri, dapat diartikan sebagai kerajinan, usaha produk barang dan ataupun perusahaan. Home Industri adalah rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah. Pengertian usaha kecil secara jelas tercantum dalam UU No. 9 Tahun 1995, yang menyebutkan bahwa usaha kecil adalah usaha dengan kekayaan bersih paling banyak Rp200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp1.000.000.000.Secara umum, dalam pengertian UKM (Usaha Kecil Menengah) biasanya mencakup sedikitnya dua aspek yaitu aspek nilai investasi awal jumlah asset dan aspek jumlah tenaga. Menurut BPS jumlah tenaga kerjanya di antaranya : Industri rumah tangga (*home industry*) tenaga kerjanya 5-9 orang, Industri kecil tenaga kerjanya terdiri dari 10-19 orang, Industri sedang atau menengah tenaga kerjanya berjumlah 20-99 orang, Industri besar tenaga kerjanya berjumlah antara 100 orang atau lebih. Kriteria lainnya dalam UU No. 9 Tahun 1995 adalah milik WNI, berdiri sendiri, berafiliasi langsung atau tidak langsung dengan usaha menengah atau besar dan berbentunk badan usaha perorangan, baik berbadan hokum maupun tidak

Rumah industri merupakan suatu lingkungan atau kondisi yang perlu diciptakan dan dibangun agar landasan perubahan yang lebih kokoh dapat diwujudkan antara lain melakukan upaya-upaya proses pengembangan sumber daya manusia. Didalam era industrialilasi masyarakatnya digambarkan akan terdiri atas masyarakat yang produktif yang dilandasi oleh sikap mental dan motivasi yang kuat untuk maju berdisiplin, berdedikasi tinggi pada cirikeluarganya.

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986=5603
Jurnal Pengabdian Masyarakat

Dalam melaksanakan pembangunan industri perlu ditingkatkan langkah-langkah untuk mengembangkan usaha swasta nasional, untuk itu pemerintah perlu memberikan perhatian kepada pembangunan prasarana dan penciptaan iklim sehat yang menunjang pertumbuhan industri dalam hubungan ini perlu diusahakan pengembangan pendidikan, ketrampilan guna meningkatkan produktivitas tenaga serta pengembangan kecakapan manajemen para pengusaha nasional.

b. **Macam-macam *Home Industry***

Untuk mengetahui macam-macam industri bias dilihat dari beberapa sudut pandang. *Pertama,* pengelompokkan industri yang dilakukan oleh Departemen Perindustrian (DP). Bahwasanya, industri nasional Indonesia dikelompokkan menjadi 3 kelompok besar yaitu :[4]

i. Industri dasar yang meliputi kelompok industri mesin dan logam dan kelompok kimia dasar. Yang termasuk dalam industri mesin dan logam dasar ; industri mesin pertanian, elektronika, keretaapi, pesawat terbang, kendaraan bermotor, besi baja, aluminium, tembaga dan sebagainya

ii. Industri kecil yang meliputi industri pangan (makanan, minuman, tembakau), industri sandang dan kulit (tekstil, pakaian jadi, serta barang dari kulit), industri kimia dan bahan bangunan (industri kertas, percetakan, penerbitan, barang-barang karet, plastic, dan lain-lain).

iii. Industri hilir yaitu kelompok aneka industri yang meliputi antara lain industri yang mengolah hasil pertambangan, industri yang mengolah hasil sumber daya pertanian secara luas, dan lain-lain. Kelompok aneka industri ini mempunyai misi meningkatkan pertumbuhan ekonomi atau pemerataan, memperluas kesempatan kerja, tidak padat modal, dan teknologi yang digunakan adalah teknologi menengah atau teknologi maju.

4. UMKM

a. Pengertian UMKM

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pada dasarnya, UMKM adalah arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khsusunya dalam sektor ekonomi.

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986=5603
Jurnal Pengabdian Masyarakat

Perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat dari segi kualitasnya, hal ini dikarenakan dukungan kuat dari pemerintah dalam pengembangan yang dilakukan kepada para pegiat usaha UMKM, yang mana hal tersebut sangat penting dalam mengantisipasi kondisi perekonomian ke depan serta menjaga dan memperkuat struktur perekonomian nasional.Dengan adanya revolusi digital 4.0, mebuat banyak perubahan kepada UMKM dimana adanya pergeseran gaya belanja konsumen dari offline ke online. Oleh sebab itu, sangat penting bagi calon UMKM atau wirausaha skala UMKM memiliki wawasan yang cukup. Pelajari hal tersebut melalui buku UMKM 4.0 dibawah ini.

b. **Kriteria UMKM**

Ada beberapa kriteria-kriteria tertentu supaya sebuah usaha dapat dikatakan sebagai UMKM, berikut ini adalah penjelasannya:

1. Usaha Mikro

Sebuah usaha bisa dikatakan sebagai UMKM bila memiliki keuntungan dari usahanya sebesar Rp. 300.000.000, dan memiliki aset atau kekayaan bersih minimal sebanyak Rp. 50.000.000. Kriteria dalam UMKM adalah sebuah usaha yang dimiliki oleh suatu lembaga atau badan usaha, atau perseorangan.

2. Usaha Kecil

Usaha kecil adalah usaha yang memiliki pendapatan atau keuntungan dengan jumlah yang lebih kecil. Hasil keuntungan dari penjualan yang masuk kategori usaha kecil ini berkisar dari angka Rp. 300.000.000 sampai dengan Rp. 2.500.000.000.

3. Usaha Menengah

Usaha menengah adalah usaha yang dijalankan oleh seseorang, lembaga, atau kelompok yang berpatokan dengan peraturan UU. Untuk dapat disebut sebagai usaha menengah, terdapat dua ciri-ciri. Pertama, usaha menengah memiliki keuntungan dari usahanya sebesar Rp. 2.500.000.000 sampai dengan RP. 50.000.000.000 dalam satu tahun. Sementara kekayaan bersih yang dimiliki oleh usaha menengah adalah sebesar Rp. 500.000.000 dalam satu tahun

HASIL DISKUSI

Tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertema tentang “Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Pada Usaha Kecil Menengah (UMKM) Desa Randusanga Wetan” tujuan penyuluhan pembuatan label produk UMKM adalahuntuk membantu produsen UMKM memahami pentingnya label pada produk dan memberikan pengetahuan tentang cara membuat label yang efektif dan sesuai dengan

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986=5603
Jurnal Pengabdian Masyarakat

persyaratan hukum dan regulasi yang berlaku bagi pelaku usaha rumahan (*Home Industry*) dan UMKM. Selain itu juga tujuan lainnya untuk mendukung program dari perguruan tinggi untuk berpartisipasi dalam melakukan Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Potensi Kearifan Lokal Dalam Implementasi Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Randusanga Wetan dengan sasaran kelompok usaha rumahan (*Home Industry*) dan UMKM. Pemateri dalam kegiatan sosialisasi ini yaitu Bapak Dumadi S.Mn., M.M dari Dosen Universitas Muhadi Setiabudi Brebes. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam bentuk sosialisasi, tanya jawab dan diskusi untuk melakukan penyelesaian permasalah yang ada. Penyuluhan yang dilaksanakan di Balai Desa Randusanga Wetan. Adapun proses selama kegiatan berlangsung dengan melakukan berbagai tahapan, seperti berikut:

Tahap 1 : Persiapan Kegiatan

Pada tahap pertama, Mahasiswa KKN Ekstensi Universitas Muhadi Setiabudi Brebes menyiapkan peralatan dan keperluan lainnya yang dibutuhkan untuk kegiatan sosialisasi seperti materi, laptop, LCD, konsumsi, *sound system* dan menyiapkan tempat untuk sosialisasi yang lokasinya tidak jauh dari kediaman peserta kegiatan.

Tahap 2 : Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan yang dilaksanakan pada 23 Februari 2023 pukul 09.00 WIB di Balai Desa Randusanga Wetan. Kegiatan yang terdiri dari 3 sesi yang diawali dengan penyampaian materi oleh narasumber melalui slide *power point* yang ditampilkan melalui layar Monitor TV. Materi yang disampaikan narasumber dikemas dengan menarik yang diawali dengan kegiatan *ice breaking* untuk menghindari kebosanan pada peserta. Sesi kedua yaitu sesi tanya jawab yang dilakukan peserta kepada narasumber dipersilahkan setelah penyampaian materi selesai. Sesi ketiga yaitu diskusi dan penyerahan hasil pembuatan label yang dilanjutkan dengan kesimpulan saat kegiatan sosialisasi berakhir.

Tahap 3 : Pembuatan Label Produk

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

https://e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITAKARYA
E ISSN : 2986=5603
Jurnal Pengabdian Masyarakat



Gambar 1. Label Produk Kelompok UMKM Desa Randusanga Wetan

Tahap awal dalam pembuatan label produk adalah mengidentifikasi informasi apa saja yang harus disertakan pada label. Informasi yang harus disertakan biasanya meliputi nama produk, merek, bahan baku, instruksi penggunaan, tanggal kadaluarsa, dan label peringatan keselamatan. Setelah informasi yang harus disertakan pada label produk telah diidentifikasi, tahap selanjutnya adalah merancang desain label. Desain label harus menarik dan mudah dibaca oleh konsumen, sehingga konsumen dapat dengan mudah membaca informasi pada label.Setelah desain label telah dibuat, tahap selanjutnya adalah memilih jenis kemasan dan label yang akan digunakan untuk produk. Jenis kemasan dan label harus dipilih dengan hati-hati untuk memastikan bahwa mereka dapat melindungi produk dan memberikan informasi yang cukup kepada konsumen.

Tahap 4 : Evaluasi Kegiatan

Pada tahap akhir kegiatan ini yaitu kegiatan evaluasi, semua mahasiswa KKN Ekstensi Universitas Muhadi Setiabudi Brebes melakukan kegiatan evaluasi setelah berlangsungnya kegiatan sosialisasi Evaluasi yang diberikan ini diharapkan dengan adanya kegiatan penyuluhan pentingnya label produk kepada masyarakat Desa Randusanga Wetan dapat memberikan hasil yang positif yang dapat memberikan *output* bagi keberlangsungan kehidupan para peserta kegiatan. Kemudian dengan diadakannya evaluasi pada kegiatan ini maka akan diketahui capaian dari pelaksanaan kegiatan penyuluhan ini yang nantinya bisa dijadikan informasi berkelanjutan pada program di tahun berikutnya dengan berbagai pengembangan untuk membantu dalam memecahkan berbagai permasalahan yang ada di lingkungan masyarakat .

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

https://e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITAKARYA
E ISSN : 2986=5603
Jurnal Pengabdian Masyarakat



Gambar 2. Kegiatan Penyuluhan Kewirausahaan Pada Kelompok UMKM Desa Randusanga Wetan

Hasil dari pelaksanaan kegiatan penyuluhan ini menunjukan bahwa peserta kegiatan memperoleh berbagai manfaat seperti : menambah pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat Desa Randusanga Wetan tentang pentingnya label produk pada kelompok usaha rumahan (*Home Industry*) dan UMKM yang didalamnya meliputi inovasi pada produk, pengemasan yang menarik pembeli serta pentingnya pembukuan selama kegiatan produksi berlangsung. Melalui kegiatan penyuluhan label produk ini, masyarakat Desa Randusanga Wetan dapat menerima materi yang disampaikan pembicara tentang pentingnya pemahaman dasar dalam mengembangkan usaha. Dengan kegiatan penyuluhan Label produk tersebut diharapkan dapat dijadikan pemberdayaan kepada masyarakat dalam mengembangkan usahanyaserta siap dalam menghadapi persaingan pada tiap produk yang sama dengan keunggulan yang berbeda

Penutup

Berdasarkan hasil pelaksanaan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Randusanga Wetan, Kecamatan Brebes, Kabupaten Brebes dalam bentuk penyuluhan dan pembahasan diatas, dapat ditarik beberapa hal kesimpulan diantaranya sebagai berikut: Pentingnya label produk, Label produk adalah identitas dari suatu produk yang menunjukkan informasi penting seperti bahan, ukuran, manfaat, cara pemakaian, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, label produk sangat penting bagi UMKM agar konsumen dapat mengetahui informasi yang dibutuhkan sebelum membeli produk.

Peraturan yang berlaku, Ada beberapa peraturan yang harus dipatuhi oleh UMKM dalam membuat label produk, seperti informasi yang harus disertakan dan ukuran huruf yang digunakan. UMKM perlu memperhatikan peraturan ini agar label produk yang dibuat

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986=5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

sesuai dengan standar yang ditetapkan. Keterbatasan UMKM dalam membuat label produk, Beberapa UMKM mungkin memiliki keterbatasan dalam membuat label produk, baik dari segi waktu maupun biaya. Oleh karena itu, ada beberapa alternatif yang dapat dilakukan, seperti membuat label produk sederhana namun informatif atau menggunakan jasa desain label produk dari pihaklain.

Referensi

Hari Purwanto, Apriyanti, Heny Sidanti, Hendra Setiawan, Ayu Setya Sujianti (2022). Labelling, Packaging dan Digitalisasi Pemasaran pada UMKM di Madiun pada Keripik Tahu Walik, JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat), Vol. 7 No. 1.

Fauzi, R. U. A., Kadi, D. C. A., Utomo, R. C., Dewi, L., & Muhtar, S. R. (2020). Branding dan Product Inovation Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Krupuk Bawang Desa Mrahu Kartoharjo Magetan. *Madaniya*, *1*(1), 44-52.

Anggraeni, F. D. (2013). Pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal (Studi kasus pada kelompok usaha" Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

Herudiansyah, G., Candera, M., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk dan Pajak Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. Jurnal Imiah Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(2) 84-89.

Sulistyandari, Ekaningtyas Widiastuti, dan Suci Indriati. 2017. Kemasan Produk Sebagai Strategi Pemasaran Kerupuk Rambak “Mirasa” Di Desa Dukuhturi, Kec. Bumiayu, Kab. Brebes. Jurnal Adimas.

Suhardi, Dadang. 2019. Optimalisasi Keterampilan Pembuatan Kemasan untuk Meningkatkan Pemasaran Produk pada UKM Pembuat Tape di Desa Cibeureum Kabupaten Kuningan. Jurnal Pengabdian Masyarakat. Vol. 2, No. 2.

Simamora, H. (2000). Manajemen Pemasaran Internasional Jilid 1. Jakarta: Salemba Empat. Agyztia Permana. (2021). Analisis Strategi E-Marketing untuk Meningkatkan Minat Beli Online. ESENSI : Jurnal Managemen Bisnis, 21 (3), 275–290.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.