



## Pelatihan Pengemasan dan Labeling Produk untuk Meningkatkan Kemampuan Manajemen Pemasaran Bagi UMKM di Desa Sukaragam

*(Product Packaging and Labeling Training to Improve Marketing Management Skills for MSMEs in Sukaragam Village)*

Ayu Amanda Damanik <sup>1\*</sup>, Ety Zuliawati Zed <sup>2</sup>, Katarina Ija Muda <sup>3</sup>, Ahya Ansori <sup>4</sup>,  
Tirmansah Tirmansah <sup>5</sup>

<sup>1-3</sup> Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

Email : [ayumanda103@gmail.com](mailto:ayumanda103@gmail.com) <sup>1\*</sup>, [ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id](mailto:ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id) <sup>2</sup>, [idamura6@gmail.com](mailto:idamura6@gmail.com) <sup>3</sup>,  
[ahynsry@gmail.com](mailto:ahynsry@gmail.com) <sup>4</sup>, [tirmansahhh@gmail.com](mailto:tirmansahhh@gmail.com) <sup>5</sup>

### Article History:

Received: Oktober 14, 2024;

Revised: November 11, 2024;

Accepted: Desember 07, 2024;

Published: Desember 11, 2024

**Keywords:** Training, MSMEs, Product Packaging, Labeling, Research methods.

**Abstract:** This service aims to improve the capabilities of MSMEs through packaging and labeling training. Apart from that, the aim of this training is to provide MSME players with an understanding of the importance of attractive and informative packaging and labels in influencing consumer purchasing decisions. Good packaging not only protects the product, but also functions as a promotional tool that can increase the product's attractiveness in the market. Labeling that complies with standards can also increase product credibility and make it easier for consumers to obtain important information, such as raw materials, expiration date and distribution permits. With this training, it is hoped that MSMEs in Sukaragam Village will be able to implement more effective marketing strategies, increase product competitiveness, and expand market reach..

### Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan UMKM melalui latihan pengemasan dan labeling, selain itu tujuan pelatihan ini untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang pentingnya pengemasan dan label yang menarik dan informatif dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pengemasan yang baik tidak hanya melindungi produk, tetapi juga berfungsi sebagai alat promosi yang mampu meningkatkan daya tarik produk di pasar. Labeling yang sesuai dengan standar juga dapat menambah kredibilitas produk dan memudahkan konsumen dalam mendapatkan informasi penting, seperti bahan baku, tanggal kadaluarsa, dan izin edar. Dengan pelatihan ini, diharapkan UMKM di Desa Sukaragam mampu menerapkan strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan daya saing produk, serta memperluas jangkauan pasar.

**Kata Kunci :** Pelatihan, UMKM, Kemasan Produk, Labeling, Metode penelitian.

## 1. PENDAHULUAN

Sebagai pelaku usaha, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian penting dari perekonomian Indonesia, terutama perekonomian daerah. UMKM merupakan jenis usaha produktif yang dioperasikan secara komersial dan dimiliki oleh individu atau perusahaan (Lestari, 2020)

Perekonomian global, terutama Indonesia, tidak berdampak negatif terhadap UMKM. Data dari kementerian perindustrian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM dapat membantu perekonomian negara karena industri skala besar dan kelompok industri kecil memberikan dukungan yang besar. Dalam lima tahun terakhir, UMKM telah membantu meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB). Kontribusi sektor UMKM meningkat 2,5% dari 57,84% menjadi 60,34%, menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Setyo, 2016). Dengan mencapai 99% unit usaha, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pada tahun 2023, ada sekitar 66 juta pelaku usaha UMKM, kontribusi mereka mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB), atau Rp 9.580 triliun. Sekitar 117 juta orang, atau 97% dari total tenaga kerja, dipekerjakan oleh UMKM (kadin.id).

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64.19	65.47	64	65.46	65	66
Pertumbuhan (%)		1.98%	-2.24%	2.28%	-0,70%	1,52%

\*Diolah dari berbagai sumber

**Gambar 1: Data UMKM 2018-2023**

Apabila tidak menghadapi tantangan seperti penurunan literasi digital, penurunan modal, dan akhirnya penurunan pasar global, UMKM di Indonesia akan terus berkembang. Oleh karena itu, agar UMKM dapat memasuki pasar internasional, pemerintah Indonesia harus terus mendukung pelaku UMKM. Para pelaku UMKM juga dimotivasi untuk menyediakan berbagai macam produk karena keanekaragaman minat konsumen mereka. Menyediakan berbagai macam produk berkualitas tinggi juga dapat menarik minat pelanggan dan memengaruhi keputusan mereka untuk mengonsumsi dan berbelanja (Wadud, 2021).

Jika perusahaan ingin menciptakan nilai bagi konsumen, mereka harus mempertimbangkan atribut produk seperti kemasan dan labelnya, karena kedua atribut ini terbukti menjadi faktor utama yang dipikirkan konsumen saat mereka memilih produk (Susetyarsi, 2012). Selain itu, label juga memainkan peran penting dalam memperkuat merek produk dalam persaingan (Sa'diyah, 2020). Label biasanya berisi komposisi, nama, produsen,

tanggal kadaluarsa, berat bersih, nomor registrasi departemen kesehatan, kode manufaktur, distribusi, dan logo halal (Juniawan, 2019)

Ketidakkampuan untuk merancang kemasan produk dan kurangnya pengetahuan tentang proses pembuatan dan desain kemasan adalah kendala yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM. Dalam industri makanan saat ini, industri UMKM menggunakan desain kemasan yang tidak standar dan improvisasi. Hal ini akan berdampak pada nilai jual produk yang rendah meskipun rasa pada produk sangat dihargai (Wahyuni, 2020).

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode *action research*, yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan UMKM di Desa Sukaragam melalui pelatihan pengemasan dan labeling produk. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati langsung penerapan pelatihan, sementara wawancara dan kuesioner di gunakan untuk mengukur pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Data yang di peroleh dianalisis secara deskriptif untuk mengevaluasi perubahan kemampuan UMKM. Keberhasilan pelatihan diukur dari peningkatan pemahaman tentang kemasan dan labeling produk serta implementasi yang berdampak pada peningkatan daya tarik dan penjualan produk.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelatihan pengemasan dan pelabelan yang diberikan kepada pelaku UMKM di Desa Sukaragam memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kemampuan mereka dalam memasarkan produk. Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa peserta mampu menerapkan teknik pengemasan yang lebih baik, baik dari segi desain visual maupun informasi penting yang dicantumkan di label produk. Label produk yang digunakan oleh para peserta pelatihan kini mencantumkan beberapa informasi seperti bahan baku produk, tanggal kadaluarsa, serta nomor izin edar produk, yang merupakan elemen penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen.

Kuesioner yang dibagikan kepada peserta sebelum dan setelah pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan terkait pentingnya kemasan dan label produk dalam strategi pemasaran. Sebagai besar peserta menyatakan bahwa sebelumnya mereka belum sepenuhnya memahami betapa pentingnya kemasan yang menarik dan label yang informatif dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Setelah mengikuti pelatihan, lebih dari

80% peserta menyatakan mereka lebih paham mengenai teknik pengemasan yang tepat serta dampaknya terhadap daya tarik produk di pasar.

Dari wawancara, peserta menyampaikan bahwa mereka merasa lebih percaya diri dalam memasarkan produk dengan kemasan yang lebih bagus. Implementasi pengemasan dan labeling ini juga di harapkan dapat memperluas jangkauan pasar mereka.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengemasan dan labeling produk yang menarik dapat meningkatkan daya saing produk di pasar, sesuai dengan pernyataan (Kotler, 1967). bahwa desain produk mempengaruhi persepsi dan kebutuhan konsumen. Sebelumnya, pelaku UMKM di Desa Sukaragam menghadapi tantangan dalam mendesain kemasan produk yang baik, tetapi melalui pelatihan ini mereka mampu meningkatkan kredibilitas dan memberikan kepercayaan pada konsumen.

Dengan adanya perubahan pada kemasan dan labeling, para pelaku UMKM mengalami peningkatan penjualan, yang menandakan bahwa pelatihan ini berhasil dalam meningkatkan daya saing produk. Selain itu, kemasan dan labeling yang menarik menjadi faktor penting dalam keputusan konsumen untuk membeli produk, sesuai dengan (Susetyarsi, 2012). teori yang menekankan pentingnya kemasan dan labeling dalam memperkuat merek di pasar.

#### **4. KESIMPULAN**

Pelatihan pengemasan dan labeling produk yang di lakukan berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM di Desa Sukaragam. UMKM yang sebelumnya menghadapi tantangan dalam mendesain kemasan dan label produk, kini mampus mengaplikasikan teknik pengemasan yang lebih menarik dan informatif. Hal ini terbukti dengan meningkatnya daya tarik produk, memperkuat kredibilitas, serta memberikan kepercayaan lebih kepada konsumen. Selain itu, pelaku UMKM juga merasa adanya peningkatan penjualan dan perluasan jangkauan pasar setelah menerapkan hasil pelatihan.

Pelatihan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan daya saing produk UMKM melalui kemasan dan label yang lebih baik, serta mendorong pelaku usaha untuk lebih percaya diri dalam memasarkan produk.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Juniawan, F. P. , S. H. , & S. D. Y. (2019). *Pelatihan Desain Kemasan Bagi UKM Rumah Tangga di Bangka Barat. SINDIMAS.*

Kotler, P. (1967). *Marketing Management: Analaysis, Planning and Control. Prentice-Hall.*

Lestari, K. C. , & A. A. M. (2020). *Sistem Informasi Akuntansi (beserta contoh penerapan aplikasi SIA sederhana dalam UMKM)*.

Sa'diyah, H. (2020). *Inovasi Pengemasan Dan Pelabelan Dalam Meningkatkan Daya Saing. AL-IQTISHADY:*

Setyo, P. E. (2016). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen "best autoworks". Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, .*

Susetyarsi, T. (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.*

Wadud, A. M. , & F. E. (2021). *Pelatihan Desain Kemasan Dalam Rangka Peningkatan Nilai Jual Produk UMKM di Kabupaten Kuningan. Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat.*

Wahyuni, I. , & E. S. (2020). *Analisis Pengaruh Product Assortment dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Pada UMKM Di Kota Bima. J. Sekr. Dan Manajemen, olume.*