

Labeling dan Packaging Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Di Desa Galengdowo, Kecamatan Wonosalam

¹**Ayu Maulidia**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN “Veteran” Jawa Timur
Jl. Rungkut Madya No.1 Surabaya 60294, Indonesia
21012010270@student.upnjatim.ac.id

²**Zawawi**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN “Veteran” Jawa Timur
Jl. Rungkut Madya No.1 Surabaya 60294, Indonesia Zawawi.ma@upnjatim.ac.id

Abstract

This research discusses the role of labeling and packaging as a marketing strategy for micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Galengdowo village, Wonosalam district. The main focus of this research is to understand how implementing effective labels and packaging can increase the competitiveness of MSME products in regional markets. This study also identifies the obstacles faced by MSMEs in implementing labeling and packaging strategies and finds solutions to overcome these obstacles. With provides a detailed analysis of the factors that influence the choice of design, materials and messages on labels and packaging. It is hoped that this research can provide practical and applicable recommendations for MSMEs. The research results show that label and packaging innovation has the potential to expand market share, increase competitiveness, strengthen the brand image of MSME products, and ultimately support regional economic growth.

Keywords: MSME, packaging, labeling, marketing, innovation

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang peranan labeling dan kemasan sebagai strategi pemasaran pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di desa Galengdowo kabupaten Wonosalam. Fokus utama penelitian ini adalah memahami bagaimana penerapan label dan kemasan yang efektif dapat meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar regional. Kajian ini juga mengidentifikasi kendala yang dihadapi UMKM dalam menerapkan strategi pelabelan dan pengemasan serta mencari solusi untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut. Dengan memberikan analisis secara detail mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan desain, bahan, dan pesan pada label dan kemasan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang praktis dan aplikatif bagi UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi label dan kemasan berpotensi memperluas pangsa pasar, meningkatkan daya saing, memperkuat brand image produk UMKM, dan pada akhirnya mendukung pertumbuhan perekonomian daerah.

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

PENDAHULUAN

Dalam periode globalisasi ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai kedudukan penting di dalam perekonomian suatu negara. Di Desa Galengdowo, Kabupaten Wonosalam, UMKM mempunyai peran penting dalam menunjang kesejahteraan masyarakat. Namun di era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, UMKM menghadapi berbagai tantangan untuk bertahan dan berkembang. Salah satu strategi yang dapat membantu UMKM meningkatkan daya saingnya adalah penerapan praktik pelabelan dan pengemasan yang efektif. Label dan kemasan tidak Hanya melindungi produk, tetapi juga berfungsi sebagai sarana komunikasi dan periklanan yang meningkatkan nilai jual produk. Label yang informatif dan menarik meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk dengan memberikan informasi penting seperti kandungan produk, tanggal kadaluwarsa, dan sertifikasi halal. Di sisi lain, kemasan yang inovatif dan cantik mampu menarik perhatian konsumen dan menciptakan kesan pertama yang positif (Zen et al., 2017).

Dalam konteks Desa Galengdowo, penerapan strategi pelabelan dan pengemasan yang tepat dapat menjadi motor penggerak utama peningkatan daya saing produk UMKM di pasar lokal dan regional. Namun masih banyak UMKM di desa yang mengalami kendala dalam menerapkan strategi

tersebut, antara lain: Terbatasnya akses terhadap pengetahuan, sumber daya, dan teknologi yang diperlukan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran pelabelan dan pengemasan sebagai strategi pemasaran UMKM di desa Galengdowo. Pemahaman tentang bagaimana UMKM dapat menggunakan label dan kemasan secara efektif diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang praktis dan aplikatif untuk meningkatkan daya saing produk UMKM di desa ini.

Penelitian ini juga mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapi UMKM dalam menerapkan strategi pelabelan dan pengemasan serta menjajaki solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi hambatan tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan UMKM di Desa Galengdowo dan memberikan wawasan kepada pemangku kepentingan lainnya untuk pengembangan kebijakan dan program yang mendukung pertumbuhan UMKM secara umum di Indonesia.

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. 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, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang berarti besar bagi para pelaku UMKM dalam mengoptimalkan metode pemasaran mereka.

Dalam konteks ini, penelitian 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, penelitian ini bertujuan untuk memberikan panduan yang praktis dan relevan bagi UMKM dalam meningkatkan kualitas serta daya tarik produk mereka melalui packaging dan labeling yang efektif (Nafif et al., 2022).

Dalam meningkatkan kualitas UMKM desa, 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. Upaya pemajuan dan pengembangan sektor UMKM dapat menyerap lebih banyak tenaga kerja dan meningkatkan kesejahteraan pekerja sehingga mengurangi angka pengangguran. Suksesnya sektor UMKM menandakan Pembangunan negara juga akan sukses dan sangat membantu pemerataan pendapatan Masyarakat. 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.

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

Tabel 1. Metode Kegiatan

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 kesalah 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 *labelling*, 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 (Kadi, 2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu permasalahan besar yang dihadapi oleh usaha kecil dan menengah (UMKM) di desa Galengdowo adalah pengemasan produk. Mayoritas pelaku usaha kecil dan swasta mengemas produknya secara asal-asalan karena menganggap kandungan dan kualitas produk adalah hal yang tidak penting. Pengemasan dianggap tidak penting karena produk akhirnya dibuang begitu saja tanpa dikemas. Namun, yang lain percaya bahwa pengemasan meningkatkan harga produk karena adanya biaya tambahan untuk pembelian peralatan pengemasan. Selama ini masih banyak orang yang memilih kemasan biasa-biasa saja untuk menurunkan harga produk. UMKM masih belum menyadari pentingnya kemasan produk baik itu makanan, minuman atau jenis produk lainnya sehingga membuat tampilan produk kurang menarik untuk dibeli konsumen. Pengemasan pada dasarnya mempunyai fungsi tidak hanya melindungi produk, namun juga menjamin tampilan produk yang menarik, membedakannya dengan kompetitor, dan meningkatkan nilai jual produk melalui pengemasan yang lebih baik. Sebagian besar produk UMKM, terutama yang bergerak di bidang makanan dan minuman, tidak memenuhi standar kemasan, mencakup 90% dari seluruh sektor usaha (tempo.co, 2018).

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, mahasiswa UPN VETERAN JATIM mendorong UMKM untuk menerapkan standar minimum produk agar tetap kompetitif. Salah satunya adalah kemasan yang memenuhi standar yang dirancang khusus untuk mendorong pertumbuhan perusahaan makanan dan minuman. Dalam upaya meningkatkan kualitas kemasan produk, pengusaha UMKM menghadapi beberapa kendala, antara lain: Pemilihan bahan pengemas yang sesuai untuk produk, desain kemasan, ada tidaknya kemasan yang diperlukan, jumlah minimum yang harus dibeli. UMKM, khususnya usaha rumah tangga Miskan di Desa Galengdowo, sebagian besar bergerak di industri makanan dan minuman. Hingga saat ini desain kemasan diperlakukan secara tradisional, sederhana dan unik. Kemasan yang digunakan dangkal dan mungkin tidak memenuhi aspek estetika, unsur keamanan produk dan mungkin berbahaya dari segi kesehatan akibat penggunaan kemasan kimia. Selain itu, pembelian peralatan dan bahan pengemas yang masih belum terkontrol secara individual menyebabkan

harga per unit menjadi lebih mahal dan tidak efisien. Selama tiga bulan terakhir pada bulan Maret hingga Juni 2024, telah dilakukan kegiatan filantropi pengenalan desain produk dan kemasan bagi UMKM di desa Galengdowo.

Berdasarkan rangkaian kegiatan yang dilakukan, peneliti akan mencoba menghadirkan inovasi-inovasi yang dibutuhkan oleh UMKM Makanan Ringan Pak Miskan yang terletak di desa Galengdowo kecamatan Wonosalam bertujuan untuk memperluas sektor pasar, meningkatkan penjualan produk dan mempopulerkan produk yang ditawarkan. Setelah dilakukan observasi terhadap produk yang ada di rumah Miskan, ternyata produk yang dijual tidak memiliki label dan hanya dikemas dalam kemasan plastik biasa. Kurangnya inovasi terkini pada label dan kemasan membuat suatu 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.

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 tambah produk dan minat pembelian dari konsumen terhadap produk 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 (Nana Sucihati et al., 2021).

Gambar 3. Perkedel Kentang



Gambar 4. Stik sosis



Gambar 5 : Kacang Telur dan Keripik Usus

PENUTUP

Studi ini menyoroti pentingnya strategi pelabelan dan pengemasan sebagai alat untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di desa Galengdowo. Melalui kemasan yang inovatif dan label yang informatif, produk UMKM dapat memberikan nilai tambah yang signifikan, menarik perhatian konsumen, dan meningkatkan penjualan. Namun, UMKM di desa menghadapi berbagai kendala dalam menerapkan strategi ini, antara lain kurangnya pengetahuan, sumber daya, dan keterampilan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan meliputi penelitian, analisis masalah, pengembangan dan inovasi produk, serta sosialisasi kepada masyarakat. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa inovasi desain kemasan dan pelabelan dapat memberikan dampak positif bagi UMKM, terutama dalam merangsang minat konsumen dan meningkatkan pangsa pasar. Penggunaan label dan kemasan yang menarik juga membantu meningkatkan visibilitas dan citra produk di mata konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi penting untuk memahami dan mengatasi kendala yang dihadapi UMKM terkait pelabelan dan pengemasan serta memberikan rekomendasi praktis. Dengan demikian, diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di masa depan agar dapat bersaing di pasar.

Ditulis secara ringkas tetapi menggambarkan substansi hasil PkM dan rekomendasi untuk kegiatan PkM berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Kadi, D. C. A. (2019). Labeling, Packaging, Dan Branding Sebagai Peningkatan Minat Beli Konsumen Pada Umkm Selai Srikaya Jumbo Desa Pupus Lembeyan Magetan. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 105–111.
- [2]. Nafif, F., Puspaningsih, P., Larasati, N. G., Andriani, S., Suci, L. R., Aminnudin, 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>
- [3]. Nana Sucihati, R., Sutanty, M., & Haryadi, W. (2021). Penyuluhan Dan Pelatihan Labeling, Packaging Dan Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Di Kabupaten Sumbawa. *JPML Jurnal Pengembangan Masyarakat Lokal*, 4(2), 277–282. <http://e-journalppmunsa.ac.id/index.php/jpml>
- [4]. Surjanti, J., Aji, T. S., Sakti, N. C., Kautsar, A., & Prakoso, A. F. (2020). Metode Pembelajaran Daring untuk UMKM Hijab di Era Pandemi Covid-19. *Abimanyu: Journal of Community Engagement*, 1(3), 8–17. <https://doi.org/10.26740/abi.v1i3.10170>
- [5]. Fahrullah, ., yasin, ach ., Ridlwan, A., Fikriyah, K. ., Indrarini, R., & Anwar, M. K. (2023). Peningkatan Sosioekonomi Masyarakat Melalui Pelatihan Display Toko Bagi Galeri UMKM TP PKK Kabupaten Lumajang. *Abimanyu: Journal of Community Engagement*, 4(1), 25–32. <https://doi.org/10.26740/abi.v4n1.p25-32>
- [6]. Sulistyowati, R., Wening Patmi Rahayu, Norida Canda Sakti, Farij Ibadil Maula, A'razy Fahrullah, Angga Martha Mahendra, ... Maulia, D. (2025). Pengabdian Kepada Masyarakat Internasional Pelatihan Santripreneur Bagi Santri Islamic Foundation Center Thailand. *Abimanyu: Journal of Community Engagement*, 6(1), 31–40. <https://doi.org/10.26740/abi.v6n`1.p31-40>