

PENYULUHAN DAN PELATIHAN LABELING, PACKAGING DAN MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM DI KABUPATEN SUMBAWA

Roos Nana Sucihati¹, Suprianto², Marisa Sutanty^{3*}, Wahyu Haryadi⁴, Ismawati⁵

¹⁻⁵Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia

Penulis Korespondensi: antobalong83@gmail.com

Article Info	Abstrak
Article History <i>Received: 12 November 2021</i> <i>Revised: 30 November 2021</i> <i>Published: 31 Desember 2021</i>	
Keywords <i>Labeling;</i> <i>Packaging;</i> <i>Marketing;</i> <i>Penjualan;</i> <i>UMKM;</i>	Desa Nijang Kecamatan Unter Iwes Kabupaten Sumbawa mengenal sebagai sentra produksi genteng dan batu bata merah, selain itu juga terdapat insdustri rumah tangga yang memproduksi berbagai macam makanan ringan. Namun, makanan ringan yang mereka hasilkan dari sisi penampilan baik label dan kemasan masih sederhana. Tujuan pengabdian kepada masyarakat untuk mengenalkan strategi branding (pengemasan dan pelabelan) dan pemasaran yang baik dan menarik, dan kegiatan pelatihan bertujuan untuk melatih skill masyarakat dan pelaku UMKM mengenai cara pembuatan kemasan, label, dan pemasaran yang baik dan menarik. Metode yang digunakan dalam skema sosialisasi dan pelatihan kepada masyarakat terkait strategi <i>labeling</i> , <i>packaging</i> dan <i>marketing</i> untuk meningkatkan penjualan produk UMKM di Kabupaten Sumbawa ini dilaksanakan di Desa Nijang Kecamatan Unter Iwes Kabupaten Sumbawa pada hari Senin, 08 November 2021. Hasil pengabdian kepada masyarakat menunjukan bahwa Universitas Samawa (UNSA) Sumbawa Besar setelah melakukan kegiatan pengabdian dalam rangka meningkatkan kualitas dan volume penjualan atas produk yang dihasilkan oleh UMKM melalui penyuluhan dan pelatihan <i>labeling</i> , <i>packaging</i> dan <i>marketing</i> telah mampu meningkatkan penjuln produk para pelaku <i>home industry</i> dan UMKM di Desa Nijang Kecamatan Unter Iwes Kabupaten Sumbawa dengan kemasan yang lebih bagus, yaitu dengan menggunakan plastik yang lebih tebal untuk melindungi produk dan menggunakan alat pemanas listrik sebagai alat perekat bungkus sehingga tidak cepat terbuka, dan juga produk terlihat lebih menarik dan informatif karena telah mempunyai identitas atau label serta dapat menjangkau pasar yang lebih luas menggunakan <i>e-commerce</i> sehingga usaha yang dijalankan agar bisa tetap eksis di era revolusi industri 4.0.

PENDAHULUAN

Home industry atau industri rumah tangga adalah salah satu wujud dari Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM). Di Indonesia, UMKM merupakan salah satu guru perekonomian selain koperasi. Hal ini dapat terlihat dari bukti nyata bahwa sebagian besar UMKM khususnya industri rumah tangga sedikit bahkan tidak sama sekali terkena dampak krisis global pada tahun 2008 lalu. Perkembangan jumlah industri rumah tangga dari tahun ke tahun semakin bertambah. Perkembangan industri rumah tangga baru terlihat dari sisi jumlahnya saja, secara umum dalam aspek mutu atau kualitas terutama dalam hal strategi *branding* (*labeling* dan *packaging*) dan teknis-teknis marketing hanya sedikit yang mengalami peningkatan. Hal ini tak lepas dari

ketidakmaksimalan pelaku UMKM untuk memperhatikan *branding* maupun teknis-teknis *marketing* produk yang dihasilkan tersebut (Irrubai, 2016).

Marinus (2002), label (*labeling*) merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya. Sedangkan pengemasan (*packaging*) adalah hubungan antara bentuk, struktur, bahan, warna, gambar, teknik mengatur huruf atau teks dan informasi dengan elemen desain tambahan untuk membuat produk yang cocok untuk dipasarkan. Tujuan desain kemasan adalah untuk memenuhi tujuan pemasaran dengan berkomunikasi secara khas kepada konsumen mengenai personalitas atau fungsi produk dan menghasilkan suatu penjualan (Klimchuk dan Krasovec, 2012).

Labeling dan *packaging* yang secara langsung menjadi penampilan produk merupakan identitas produk tersebut sehingga pengelolaan penampilan menjadi salah satu aspek penting yang harus diperhatikan oleh pelaku industri rumah tangga. Dengan adanya label, suatu produk memiliki nama sehingga mudah dikenal oleh masyarakat dan dengan adanya kemasan yang lebih modern dan menarik dapat meningkatkan penjualan dalam suatu produk. Hal itu dikarenakan lima detik pandangan pertama sangat menentukan pilihan para konsumen sehingga penampilan sangatlah penting artinya bagi konsumen di pasaran (Kusnandar, *et. al.*, 2021). Industri rumahan dari tahun ke tahun jumlahnya terus meningkat. Terlebih lagi, pada saat pandemi Covid-19, masyarakat mayoritas beralih membuka usaha kecil-kecilan di rumah akibat pemutusan hubungan kerja (PHK) akibat dampak dari guncangan akibat pandemi Covid-19 yang menyebabkan gangguan di sebagian besar perusahaan saat ini. Namun, meningkatnya jumlah *home industry* belum sepenuhnya diikuti dengan kesadaran pentingnya *branding* dan kemampuan untuk *mem-branding* (pengemasan dan pelabelan) dan memasarkan produk mereka.

Para pelaku usaha industri rumah tangga dan UMKM yang ada di Desa Nijang. Selama ini Desa Nijang dikenal sebagai sentra produksi genteng dan batu bata merah, akan tetapi tidak dinafikkan di dalamnya juga terdapat industri rumah tangga yang memproduksi berbagai macam makanan ringan. Namun, makanan ringan yang mereka hasilkan dari sisi penampilan baik label dan kemasan masih tergolong tradisional. Cara pemasaran yang masih dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan menitipkannya di beberapa pedagang lain (*reseller*) sehingga perlu adanya penyuluhan dan pelatihan dalam rangka meningkatkan nilai tambah, profit, dan penjualan produk.

Berkenaan dengan hal itu, maka diperlukan solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut. Universitas Samawa (UNSA) Sumbawa Besar berinisiatif untuk melakukan kegiatan pengabdian dalam rangka meningkatkan kualitas dan volume penjualan atas produk yang dihasilkan oleh UMKM. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengenalkan melalui penyuluhan serta melatih skill masyarakat dan pelaku UMKM dalam pelatihan yang dilakukan. Penyuluhan dan pelatihan ini mengenai bagaimana strategi *branding* (pengemasan dan pelabelan) dan pemasaran yang baik dan menarik sehingga dapat meningkatkan penjualan. Selain itu, penyuluhan dan pelatihan tentang *branding* dan pemasaran sangat perlu untuk

dilakukan karena penampilan merupakan aspek penting dari sebuah produk. Kegiatan penyuluhan dilakukan dengan tujuan untuk mengenalkan strategi branding (pengemasan dan pelabelan) dan pemasaran yang baik dan menarik, dan kegiatan pelatihan bertujuan untuk melatih skill masyarakat dan pelaku UMKM mengenai cara pembuatan kemasan, label, dan pemasaran yang baik dan menarik

Keterlibatan pemerintah dan perguruan tinggi dalam kegiatan ekonomi terutama industri rumah tangga dan UMKM akan berdampak besar bagi peningkatan kreativitas dan inovasi dari masyarakat di Desa Nijang yang akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat dan pelaku UMKM sehingga dapat meningkatkan nilai tambah, profit, dan penjualan produk.

METODE

Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan terkait strategi *labeling*, *packaging* dan *marketing* untuk meningkatkan penjualan produk UMKM di Kabupaten Sumbawa ini dilaksanakan di Desa Nijang Kecamatan Unter Iwes Kabupaten Sumbawa pada hari Senin, 08 November 2021. Kegiatan ini dilaksanakan oleh tim pengabdian kepada masyarakat Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Samawa dan Dinas Koperasi, Perdagangan dan Perindustrian (Diskoperindag) Kabupaten Sumbawa.

Sasaran dan Target Kegiatan

Sasaran kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini adalah masyarakat umum yang memiliki minat berwirausaha dan pelaku UMKM di Desa Nijang. Kegiatan ini setidaknya memiliki target berupa meningkatnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat dan pelaku UMKM Desa Nijang terkait strategi untuk meningkatkan penjualan produk UMKM melalui perbaikan label kemasan, perbaikan kemasan yang *marketable*, dan metode pemasaran memanfaatkan media online. Tujuannya adalah untuk mewujudkan masyarakat Desa Nijang yang unggul dalam pengembangan UMKM dan mampu menciptakan sumber-sumber UMKM bagi masyarakat yang mayoritas adalah petani dan peternak sehingga dapat meningkatkan pendapatan mereka yang secara otomatis dapat mengurangi angka kemiskinan.

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan menggunakan skema sosialisasi dan pelatihan kepada masyarakat. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini diprioritaskan bagi masyarakat yang memiliki minat berwirausaha dan pelaku UMKM yang berdomisili di Desa Nijang. Adapun pentahapan pelaksanaan kegiatan ini, yaitu tahapan penyuluhan yang bertujuan untuk mengenalkan strategi branding (pengemasan dan pelabelan) dan pemasaran yang baik dan menarik, dan tahapan

pelatihan untuk melatih skill masyarakat dan pelaku UMKM mengenai cara pembuatan kemasan, label, dan pemasaran yang baik dan menarik. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat dan pelaku UMKM sehingga dapat meningkatkan penjualan.

Dukungan semua pihak sangat dibutuhkan dalam menyukkseskan kegiatan ini, seperti pihak pemerintah serta swasta. Dukungan pemerintah diperlukan untuk dapat terus melakukan pembinaan dan pelatihan melalui peningkatan *capacity building* dan penerapan aplikasi *information technology* (IT), sedangkan dukungan swasta dibutuhkan untuk perluasan jaringan informasi dan pemasaran sehingga UMKM dapat tetap *survive* menghadapi iklim persaingan pasar yang semakin kompetitif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Home industry dan UMKM yang ada di Desa Nijang Kecamatan Unter Iwes Kabupaten Sumbawa selama berjalan masih mengalami kendala terkait volume penjualan yang masih rendah. Hal ini dikarenakan branding (pengemasan dan pelabelan) yang masih sederhana dan pemasaran yang masih tradisional sehingga pengembangan usaha ini menjadi terhambat. Sebuah produk seharusnya dapat dikemas dengan dengan kemasan yang modern dan praktis sehingga dapat mendorong calon pembeli untuk melakukan pembelian, dengan adanya kemasan yang lebih modern dan menarik dapat meningkatkan penjualan dalam suatu produk (Lestari dan Ulya, 2021). Oleh sebab itu, pengabdian ini dilakukan untuk memberikan penyuluhan dan pendampingan untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang belum dilaksanakan secara maksimal akibat tidak adanya pengemasan dan pelabelan yang dilakukan.

1. Penyuluhan Strategi Labeling dan Packaging Produk Hasil Industri Rumah Tangga dan UMKM

Pelaksanaan kegiatan penyuluhan dilakukan pertama kali setelah melakukan peninjauan lapangan. Pada kegiatan penyuluhan ini, pelaku home industry dan UMKM di Desa Nijang diberitahu bagaimana pentingnya penggunaan label, kemasan dan pemasaran yang tepat. Dengan adanya label, produk usaha ini akan mudah untuk dikenali oleh konsumen. Pembuatan kemasan yang *marketable* diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah produk dan minat beli konsumen terhadap produk yang dihasilkan industri rumah tangga dan UMKM. Penyuluhan dilakukan untuk mengenalkan kepada pelaku home industry dan UMKM mengenai teknik pemasaran yang tepat sehingga mampu bertahan serta mampu meningkatkan pangsa pasarnya pada area pemasaran yang lebih luas (Arianto, 2020).

Setelah dilakukan kegiatan penyuluhan, para pelaku *home industry* dan UMKM telah mampu membuat kemasan yang lebih bagus, yaitu dengan menggunakan plastik yang lebih tebal untuk melindungi produk dan menggunakan alat pemanas listrik sebagai alat perekat bungkus sehingga tidak cepat terbuka, dan juga produk terlihat lebih menarik dan informatif

karena telah mempunyai identitas atau label serta dapat menjangkau pasar yang lebih luas menggunakan *e-commerce*.

2. Pelatihan Labeling dan Packaging Produk Hasil Industri Rumah Tangga dan UMKM

Selain penyuluhan, pengabdian ini dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan label dan perbaikan kemasan yang *marketable*. Proses pembuatan kemudian dilakukan bersama dengan produsen mengenai desain yang disukai dan disetujui untuk digunakan. Label yang dibuat telah berisikan nama produk, alamat produksi, alamat pemesanan, dan komposisi produk. Disamping itu, untuk kemasan yang digunakan berisi ziplock agar daya tahan produk lama dan kualitas tetap baik hingga ke tangan konsumen. Materi pelatihan yang diberikan berupa teknik pemasaran secara *online* dengan membuat akun *e-commerce* sehingga usaha yang dijalankan agar bisa tetap eksis di era revolusi industri 4.0.

Setelah dilakukan kegiatan pelatihan, para pelaku home industry dan UMKM telah mampu akun dan konten pada platform media sosial, seperti facebook dan instagram. Pembuatan akun dan konten ini diharapkan dapat menjangkau lebih banyak orang, memperluas pasar, meningkatkan kesadaran masyarakat akan produk ini, memudahkan konsumen memesan, dan memudahkan konsumen mendapatkan info mengenai produk yang dihasilkan home industry dan UMKM di Desa Nijang. Adapun informasi yang dicantumkan, yaitu cara pemesanan, daftar harga, ketersediaan stock, dan tampilan produk.

Kegiatan pengabdian memberikan manfaat kepada masyarakat dan pelaku UMKM di Desa Nijang dalam memaksimalkan potensi dan menyelesaikan masalah yang dimiliki dan dapat terbantu dalam mengembangkan dan meningkatkan ekonomi masyarakat dan kualitas industri rumah tangga dan UMKM di wilayah tersebut. Selain itu, pada pemilik home industry dan UMKM juga diharapkan dapat terbantu dalam pengembangan usaha mereka dan dapat terbantu dalam mengetahui bagaimana strategi yang tepat untuk branding (pengemasan dan pelabelan) dan pemasaran untuk produk mereka agar nilai jual meningkat dan tetap dilirik konsumen. Hasil akhir dari pengabdian ini, yaitu terciptanya desain kemasan dan label serta cara pemasaran yang baik dan efektif sehingga meningkatkan nilai tambah produk dan penjualan produk yang dihasilkan.

Untuk keberlanjutan usaha home industry dan UMKM di Desa Nijang sangat diperlukan untuk keterlibatan pemerintah dan perguruan tinggi akan berdampak besar bagi peningkatan kreativitas dan inovasi dari masyarakat yang akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan hidup keluarga dan rumah tangga. Kontribusi tersebut dapat berupa pemberian kewenangan berproduksi berdasarkan tingkat kreativitas dan inovasi yang dimilikinya dan pemberian penyuluhan dan pelatihan yang dalam hal ini berupa pelatihan *labeling*, *packaging* dan *marketing*.

Adapun solusi yang dilakukan untuk mengatasi hambatan yang dialami home industri di Desa Nijang, yaitu (1) membangun kesadaran pemilik home industry melalui penyuluhan mengenai pentingnya pengemasan, pelabelan, dan pemasaran produk yang baik dan menarik;

dan (2) memberikan pendampingan kepada pemilik *home industry* mengenai cara pembuatan kemasan, label, dan pemasaran yang baik dan menarik.

KESIMPULAN

Tim pengabdian Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa (UNSA) Sumbawa Besar setelah melakukan kegiatan pengabdian dalam rangka meningkatkan kualitas dan volume penjualan atas produk yang dihasilkan oleh UMKM melalui penyuluhan dan pelatihan *labeling*, *packaging* dan *marketing* telah mampu meningkatkan penjualan produk para pelaku *home industry* dan UMKM di Desa Nijang Kecamatan Unter Iwes Kabupaten Sumbawa dengan kemasan yang lebih bagus, yaitu dengan menggunakan plastik yang lebih tebal untuk melindungi produk dan menggunakan alat pemanas listrik sebagai alat perekat bungkus sehingga tidak cepat terbuka, dan juga produk terlihat lebih menarik dan informatif karena telah mempunyai identitas atau label serta dapat menjangkau pasar yang lebih luas menggunakan *e-commerce* sehingga usaha yang dijalankan agar bisa tetap eksis di era revolusi industri 4.0.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Atrabis: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6 (2). 233-247.
- Irrubai, M. L. (2016). Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga. *Sosio Didaktika: Social Science Education Journal*, 3 (1). 17-26.
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2012). *Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf, 2nd Edition*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Kusnandar, H., & Adi, R. K., Qonita, Rr., Aulia, K., Riptanti, E. W., & Setyowati, N. (2021). Perbaikan Kemasan Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk Ukm Murni Snack. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4 (2). 320-327.
- Lestari, N. T., & Ulya, H. N. (2021). Upaya Peningkatan Penjualan Melalui Strategi Labeling Usaha Keripik Tempe di Desa Glonggong. *Abdimas Indonesian Journal*, 1 (1). 19-34.
- Marinus, Angipora. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.