
Pendampingan Pembuatan Kemasan Label Pada UMKM Kerupuk Udang Dan Payus Mak Sah

Assistance In Making Label Packaging For UMKM Shrimp Crackers And Payus Mak Sah

Femy Atha Fredella¹, Delta Diva Dinanty², Syahrani Nur Aullia Octivanti³, Faridah Nur Azizah⁴, Fairuzah Nafisah Adwitiya⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Surabaya

Korespondensi penulis: kknt86.upnvjt@gmail.com

Article History:

Received: 30 Mei 2023

Revised: 21 Juni 2023

Accepted: 10 Juli 2023

Keywords: Product Labeling, Strategy of Marketing, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs)

Abstract: *In the era of globalization, packaging plays a very important role, apart from showing a good appearance the packaging certainly supports the product image, but in fact the labels on the packaging are often ignored by Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. MSME actors prioritize the product packaging strategy and ignore other supporting factors, namely labeling. Labels are writing, pictures, or a combination of both that are inserted into, affixed or printed on and form part of the package to provide comprehensive and complete information about the contents of the package. The product packaging strategy uses labeling, namely by placing a combination of writing or images, then placing it as a supporting part in the product packaging to increase interest in a product, it can also make it easier to recognize because the information from the product is placed in an easily visible part. Labeling the product contains information of the product or the brand, it also can be the composition or the certificate of legality. As well as taxes contained in small and medium businesses that can help determine the selling price of an item to be marketed.*

Abstrak

Kemasan produk memegang peranan yang sangat penting dalam dunia bisnis khususnya di antara persaingan usaha dan usaha perkembangan ekonomi yang semakin ketat, selain menunjukkan tampilan yang bagus kemasan tentunya mendukung citra produk, namun dalam fakta dilapangan label pada kemasan seringkali diabaikan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Bagi keperluan pengembangan usaha, penting bagi pengelola UMKM untuk lebih mengutamakan pada strategi pengemasan produknya dan mengabaikan faktor pendukung lainnya yaitu labeling. Strategi pengemasan produk menggunakan labeling yaitu dengan menempatkan kombinasi antara tulisan atau gambar, kemudian ditempatkan menjadi sebuah bagian pendukung dalam kemasan produk untuk meningkatkan ketertarikan terhadap sebuah produk, dapat juga agar lebih mudah dikenali karena adanya informasi dari produk yang ditempatkan pada bagian yang mudah terlihat.

Kata Kunci: Kemasan Produk, Strategi Pemasaran, UMKM

* Femy Atha Fredella, kknt86.upnvjt@gmail.com

PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah atau yang umumnya disebut dengan UMKM merupakan unit usaha produktif yang dijalankan oleh suatu individu, kelompok maupun badan usaha kecil yang telah memenuhi ketentuan. Di Indonesia sendiri, UMKM merupakan salah satu sektor utama yang memberikan kontribusi dalam perekonomian yang menjadi sumber mata pencaharian masyarakat. Banyaknya kontribusi UMKM bagi perekonomian Indonesia mendorong pemerintah meningkatkan mengembangkan kemandirian dan ekonomi kreatif khususnya di bidang usaha. Pengembangan kemandirian ekonomi ini dapat terlihat dari bertambahnya jumlah pengelola UMKM. Kemudian seiring dengan peningkatan dari kuantitas UMKM, dari sisi kualitas pun turut bertambah, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas UMKM semakin membaik seiring berjalannya waktu. Terdapat bantuan yang diterima oleh pengelola UMKM dalam rangka mempertahankan usahanya, yang ditujukan kepada para pengelola UMKM agar dapat senantiasa mengembangkan usahanya. Kedepannya dalam jangka panjang hal ini dapat memperkuat dan meningkatkan penghasilan masyarakat secara perlahan-lahan namun menyeluruh.

UMKM memiliki andil begitu besar pada perekonomian nasional diantaranya yakni berkontribusi dalam pertumbuhan dan pembentukan produk domestik bruto (PDB), bukan hanya itu UMKM berperan sebagai sarana untuk pengentasan kemiskinan karena UMKM berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja sekaligus perekrutan tenaga kerja hal tersebut tentunya dapat mengurangi angka pengangguran, sebagai sarana pemasukan devisa negara karena target pasarnya bukan hanya menjangkau domestik saja akan tetapi hingga ke mancanegara. dan sebagai sarana pemerataan ekonomi masyarakat yang masih tergolong kecil dengan cara membuka kesempatan kepada masyarakat yang kurang beruntung atau berada di daerah terpencil untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi dan meningkatkan pendapatan mereka.

Seperti yang dapat kita ketahui terdapat berbagai jenis usaha UMKM diantaranya yang paling banyak digandrungi oleh masyarakat bahkan oleh generasi muda yakni dalam bidang makanan maupun minuman. mempunyai bekal inovasi dan modal usaha yang tidak begitu besar usaha yang bergerak dalam bidang makanan bisa dikatakan cukup menjanjikan mengingat makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. adapun pada tahap proses produksi ada beberapa hal yang menjadi fokus utama kami yakni para pelaku UMKM seperti halnya minimnya teknologi yang dapat digunakan untuk proses produksi olahan makanan maupun tempat untuk produksi, kebanyakan dari

mereka memproduksi makanan di rumah tempat mereka tinggal, kemudian kemasan yang tidak aman, label yang tidak memenuhi standar, bahkan belum mempunyai logo produk. namun sebenarnya dalam segi mutu produk telah memenuhi standar higienitas makanan yang telah ditetapkan.

Faktor penting dalam suatu produk ialah kemasan. Kemasan dapat didefinisikan sebagai bagian terluar untuk melindungi produk dari benturan, cuaca, guncangan dan lainnya. Kemasan biasanya dibentuk atau didesain sedemikian rupa untuk menampilkan gambar dan tampilan isi produk sehingga pengguna produk dalam menangkap informasi yang ingin disampaikan dengan baik. Kemasan disebut dengan "*silent promotion*" dikarenakan kemasan harus mampu menunjukkan kualitas produknya serta menyampaikan pesan secara komunikasi informatif. Menurut para ahli pemasaran menyebutkan bahwa desain kemasan merupakan pesona produk, sebab dengan adanya kemasan yang dapat memikat mata dan akan menarik perhatian orang untuk membeli produk tersebut.

Pada zaman yang semakin maju, kemasan memegang peranan yang sangat penting, selain menunjukkan tampilan yang bagus kemasan tentunya mendukung citra produk, namun dalam fakta dilapangan label pada kemasan seringkali diabaikan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Pelaku UMKM lebih mengutamakan pada strategi pengemasan produknya dan mengabaikan faktor pendukung lainnya yaitu labeling. Label merupakan tulisan, gambar, atau gabungan keduanya yang disisipkan, ditempelkan atau dicetak dan merupakan bagian dari kemasan untuk memberikan informasi yang lengkap dan menyeluruh tentang isi kemasan tersebut. Label pada produk berisi informasi berupa merk, komposisi, legalitas, fungsi dan deskripsi produk.

Salah satu keberhasilan dalam menjalankan UMKM adalah branding. Memiliki adanya brand akan memberikan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual (Permata, Ramli, & Utama, 2019). Adanya merk dapat memudahkan konsumen untuk mengingat nama, logo ataupun simbol produk, yang dapat berpengaruh besar pada penjualan dan meningkatkan daya beli masyarakat

Mengingat penting adanya peran labeling dalam kemasan, maka mahasiswa KKN 86 UPN Veteran Jawa Timur melaksanakan program kerja berupa pendampingan kemasan label pada salah satu UMKM yang berada di Wonorejo yaitu UMKM Kerupuk Udang dan Payus Mak Sah.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Sasaran dari kegiatan pendampingan pembuatan label kemasan ini yaitu pelaku UMKM Kerupuk Udang dan Ikan Payus Mak Sah di Kelurahan Wonorejo, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya yang dilaksanakan pada bulan Mei-Juni tahun 2023. Pelaksanaan kegiatan ini bertujuan agar pelaku UMKM Kerupuk Udang dan Ikan Payus Mak Sah dapat memahami pentingnya fungsi label kemasan bagi pengembangan pemasaran produknya serta mendapat kesempatan melakukan praktek dalam proses perancangan dan pembuatan label kemasan. Berdasarkan tujuan tersebut, metode pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam tiga tahap yaitu edukasi, pendampingan, dan pembuatan label kemasan, dan pendampingan legalitas usaha.

1. Edukasi Pelaku UMKM

Peneliti melakukan sosialisasi dengan tujuan mengedukasi tentang urgensi sebuah merek dan label dalam kemasan produk sebuah penjualan kepada pelaku UMKM Kerupuk Udang dan Ikan Payus Mak Sah.

2. Pendampingan Pembuatan Label Kemasan

Peneliti melakukan pendampingan mengenai label kemasan dan pengemasan produk UMKM Kerupuk Udang dan Ikan Payus Mak Sah. Pendampingan ini meliputi proses perancangan dan strategi yang diperlukan dalam pembuatan desain label kemasan dan pengemasan produk hingga proses pembuatan dan pencetakan label kemasan dan pengemasan produk.

3. Pendampingan Legalitas Usaha

Peneliti melakukan pendampingan legalitas usaha dengan cara membantu proses pendaftaran Nomor Izin Berusaha (NIB) untuk UMKM Kerupuk Udang dan Ikan Payus Mak Sah. Pendaftaran NIB ini dilakukan secara online dan NIB ini nantinya akan dicantumkan dalam label kemasan produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan *mentorship* atau pendampingan UMKM dilaksanakan di kelurahan Wonorejo, kecamatan Rungkut, Surabaya. Sebelum dilaksanakannya kegiatan tersebut mahasiswa KKNT kelompok 86 UPNV JATIM 2023 melakukan koordinasi dengan kepala lurah Wonorejo, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya. Koordinasi yang dilakukan termasuk dalam mengunjungi secara langsung guna meninjau lokasi dari pelaku UMKM Kerupuk Udang dan Ikan Payus Mak Sah sebelum nantinya diadakan pertemuan bersama. Setelah melakukan survey dan wawancara didapati permasalahan yang dihadapi adalah produk kerupuk tersebut belum ada label produknya, logo produk, kemasan yang menarik, dan legalitas usaha. Selama ini,

penjualan kerupuk udang dan ikan payus tersebut hanya dengan menggunakan plastik dan diikat kemudian diletakkan di toko-toko atau warung-warung sembako yang ada di sekitar kelurahan wonorejo.

Kegiatan pendampingan masyarakat adalah membuat logo UMKM, membuat label kemasan, pembaruan kemasan produk, pembuatan legalitas usaha yang dilaksanakan di rumah pelaku UMKM Kerupuk Udang dan Ikan Payus Mak Sah di kelurahan Wonorejo, kecamatan Rungkut. Dalam kegiatan pendampingan kepada masyarakat oleh KKNT UPN Jatim ini, terdapat 2 kegiatan tentang brand produk hasil UMKM Kerupuk Udang dan Ikan Payus Mak Sah, kegiatan tersebut antara lain adalah:

1. Edukasi tentang urgensi sebuah merek dan label dalam kemasan produk sebuah penjualan. Dalam kegiatan yang pertama ini telah dibahas beberapa point tentang urgensi tersebut, antara lain:

a. Pentingnya label kemasan pada suatu produk

Telah di definisikan oleh Manirus (2002:192), label merupakan sesuatu yang dapat membawa informasi verbal yang merupakan bagian dari sebuah produk terkait dengan produk itu sendiri atau penjualnya. sedangkan arti label dari Kotler (2000:477) adalah suatu tampilan sederhana yang dirancang berupa gambar atau produk itu sendiri dengan tingkat kesulitan yang merupakan satu titik sama dari bagian pada kemasan. Adapun maksud dan tujuan dari dibuatnya label antara lain: (Herudiansyah, 2019).¹ Label merupakan bagian produk yang memiliki sifat sebagai daya tarik konsumen untuk diingat dengan memberikan informasi terkait identitas produsen, identitas produk, dan komponen penunjang produk itu sendiri. Label memiliki beberapa fungsi antara lain:

a) Menerangkan informasi produk tanpa konsumen harus membuka kemasan produk tersebut

b) Sebagai bentuk komunikasi antara produsen dengan konsumententang hal-hal yang perlu diketahui tentang produk tersebut, terutama informasi yang tidak dapat dilihat secara fisik.

c) Sebagai petunjuk untuk konsumen untuk mendapatkan fungsi yang optimum dari produk tersebut

d) Sebagai media iklan produsen

e) Menciptakan rasa aman untuk para konsumen

b. Komponen yang harus dicantumkan dalam label kemasan produk.

Kemasan adalah salah satu bagian dari strategi marketing, seperti strategi kemasan pada suatu produk yang dapat dibuat dengan perbaikan bentuk eksternalnya seperti logo

produk, warna produk, bentuk huruf pada kemasan produk, pembungkus, dan lain sebagainya. hal tersebut bertujuan agar produk tersebut lebih memikat perhatian calon konsumen dan bisa memberikan kesan bahwa barang tersebut berkualitas baik. Pendapat Cenadi (2000) menjelaskan bahwa pengemasan dapat dipahami sebagai kegiatan merancang dan menempatkan wadah atau kemasan suatu barang. paket termasuk item berikut:

- 1) Pengemasan harus memenuhi persyaratan keamanan produk, perlindungan dan utilitas.
- 2) Pengemasan adalah bagian dari pemasaran. Dengan adanya kemasan, terlihat bahwa identifikasi produk menjadi lebih efisien dan mencegah terjadinya pertukaran dengan produk lain.
- 3) Pengemasan dapat meningkatkan pendapatan usaha, sehingga produsen perlu membuat kemasan yang lebih menarik. (arifianto et al., 2021)

Dengan bentuk kemasan yang lebih menarik maka dapat menarik perhatian calon pembeli untuk membeli suatu barang. Selain itu, pengemasan dapat mengurangi kemungkinan rusaknya barang dan mempermudah distribusi.

Menurut Departemen Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian, Kementerian Pertanian Republik Indonesia (2012), secara umum fungsi kemasan adalah: (Syarifah dkk., 2022)

- 1) Melindungi dan melestarikan produk, misalnya dengan melindunginya dari sinar ultraviolet, panas, kelembaban, benturan, kotoran dan cemaran mikroba yang dapat merusak dan menurunkan kualitas produk.
- 2) Sebagai ciri pengenal produk, dalam hal ini kemasan dapat digunakan sebagai sarana komunikasi dan informasi kepada konsumen melalui label yang tertera pada kemasan.
- 3) Meningkatkan efisiensi, misalnya dengan menyederhanakan penghitungan pengiriman dan penyimpanan produk.

2. Pengembangan label kemasan dan produk UMKM Kerupuk Udang dan Ikan Payus Mak Sah merupakan langkah peuntuk membantu UMKM dalam aspek pengemasannya. kegiatan pendampingan padabagian ini menjelaskan:

- a. Melakukan langkah penilaian untuk mengevaluasi merek untuk penetapan identitas produk. Tahap evaluasi ini berisi hubungan antara produk dengan merek dan label yang akan digunakan. Item yang dipertimbangkan termasuk logo produk, penulisan tagline, ilustrasi kemasan yang ditawarkan.

- b. Desain dan gambar label bermerek harus diperbarui untuk membedakan kualitas dan variasi produk yang dijual dan pengganti baru.
- c. Membuat keputusan dengan memberi pemilik alternatif yang dibuat sebelumnya untuk membuat varian baru.

Strategi pemasaran dalam suatu badan usaha adalah upaya merancang dan mengembangkan produk sehingga memiliki karakteristik yang membedakannya dengan produk lain. menyajikan produk kepada konsumen dengan strategi pemasaran sangat penting untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Berikut pengembangan strategi pemasaran yang telah dibuat:

1. Sistem pemasaran

Sebelum melaksanakan mentorship (pendampingan), Produk kerupuk udang dan ikan payus dijual secara langsung dengan dititipkan pada warung. Kemasan produk berupa plastik dan diikat dengan karet. Berat bersih kemasan berisi 500 gram. sedangkan setelahnya, Produk disalurkan ke beberapa toko sembako maupun swalayan yang ada, dengan dilakukan pembaruan label pada produk kemasannya serta penggunaan sosial media instagram dan whatsapp sebagai alat memperluas usaha.

2. Label produk

Kerupuk Udang dan payus Mak Sah sebelum dilakukannya mentorship (pendampingan) belum memiliki label dan merk pada kemasannya.



Gambar 1. Kemasan Tidak Memiliki Label

Sedangkan setelah melaksanakan mentorship (pendampingan), Kerupuk Udang dan ayus Mak Sah sudah memiliki label merek, logo, jenis produk, komposisi, identitas produsen, kode produksi dan tanggal baik dikonsumsi pada label kemasan tentang identitas produk.



Gambar 2. Desain Label Kemasan Produk

3. Kemasan produk

Kerupuk Udang dan payus Mak Sah sebelum dilakukan pendampingan, Produk dikemas menggunakan plastik polos. Kemasan sederhana dengan mementingkan fungsi plastik untuk membungkus dan isolasi sebagai perekat . Bukan sebagai daya tarik pada calon pembeli.



Gambar 3. Kemasan Produk Tanpa Label

Sedangkan setelah dilakukan pendampingan, produk dikemas dengan dua jenis yang berbeda, kemasan kerupuk udang dan kerupuk ikan payus. Masing-masing berisi 500 gram dengan perbedaan warna sebagai pembeda. Kemasan telah menjadi rapi dan efisien dan menarik konsumen.



Gambar 4. Kemasan Produk dengan Desain Label

4. Legalitas Usaha

Legalitas usaha sebuah keharusan yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM, dimana legalitas usaha menjadi poin kekuatan bagi pelaku UMKM maupun calon pembeli. Legalitas usaha berfungsi untuk melindungi dan mengesahkan usaha dimata hukum serta mendapat pengakuan dari masyarakat luas. UMKM Kerupuk Udang dan Ikan Payus Mak Sah sebelumnya tidak memiliki legalitas usaha selama berproduksi. Sehubungan dengan hal tersebut pembuatan legalitas usaha industri rumah tangga dilakukan. Pembuatan legalitas usaha dengan mendatangi petugas kelurahan untuk dibimbing dalam memenuhi persyaratan dan ketentuannya.

Legalitas usaha mencantumkan nomor KK, nomor NPWP, nomor telepon dan golongan usaha sebagai informasi pendaftaran. Dalam pembuatan legalitas usaha memerlukan waktu yang tidak lama, pendaftaran bisa dilakukan 1 - 2 jam untuk mendapatkan nomor izin legalitas usaha. Nomor izin legalitas usaha dapat dicantumkan pada label kemasan atau dideskripsi penjualan sebagai alat meningkatkan kepercayaan calon pembeli, bahwa UMKM Kerupuk Udang dan Ikan Payus bisa dipertanggungjawabkan.

KESIMPULAN

Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku pelaku UMKM Kerupuk Udang dan Ikan Payus Mak Sah yaitu mengenai tidak adanya label kemasan pada produknya sehingga tampilan produk menjadi kurang menarik. Produk hanya dikemas dengan plastik dan kemudian diikat. Dengan adanya kegiatan pendampingan label kemasan dan pengemasan produk, pelaku UMKM Kerupuk Udang dan Ikan Payus Mak Sah memahami pentingnya fungsi label kemasan bagi pengembangan pemasaran produknya serta mendapat kesempatan melakukan praktek dalam proses perancangan dan pembuatan label kemasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifianto, T., Dian Utami, M., Dewi Mulyani, I., Manajemen, P., & Ekonomi Dan Bisnis, F. (2021). Peningkatan Pengetahuan Mengenai Manfaat Pelabelan pada Kemasan Produksi Nugget Telor Asin Improvement of Knowledge About The Benefits of Labeling in Salted Egg Nugget Production Packges. *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 2(01), 65–71.
- Herudiansyah, G. (2019). penyuluhan pentingnya label pada kemasan produk dan pajak pada usaha kecil menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan payaraman Ogan Hilir. *Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 84–89.
- Syarifah, Siska, D., Hasriani, Lidia, A., & yasin, M. (2022). Pelatihan Desain Label Produk UMKM Strawberry Berbasis Coreldraw. *Mengabdi Dari Hati*, 1(2), 99–104.