

Pemasaran Produk : Peningkatan *Packaging* dan *Labeling* pada UMKM Anggota UP2K PKK Desa Tiron Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun

Yolanda Dhamayanti¹⁾, Rihan Mustafa Zahri²⁾, Theresia Budi Sucihati³⁾, Agnia Henryeta Andika Putri⁴⁾

^{1,2,3,4)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

Email: yolanda.dhamayanti@unipma.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan bertujuan untuk memberikan pendampingan dan pelatihan kepada anggota UMKM UP2K PKK Desa Tiron Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun terkait pemasaran produk dengan meningkatkan *packaging* dan *labeling*. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah metode Participation Action Research (PAR). Secara umum tahapan metode *Participation Action Research* (PAR) terangkum ke dalam tahapan yang dimulai dari tahap observasi, perumusan masalah, kemudian dilanjut dengan rencana aksi dan tahap tindakan atau pelaksanaan program. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah para pelaku UMKM mendapatkan wawasan baru mengenai *packaging* dan *labeling*, dengan adanya kegiatan tersebut UMKM menjadi lebih percaya diri dalam memasarkan produknya.

Kata Kunci : Pemasaran Produk, *Packaging*, *Labeling*, UMKM

Abstrac

This community service activity was carried out with the aim of providing assistance and training to UP2K PKK MSME members, Tiron Village, Madiun District, Madiun Regency regarding product marketing by improving packaging and labeling. The method used in this service is the Participation Action Research (PAR) method. In general, the stages of the Participation Action Research (PAR) method are summarized into stages starting from the observation stage, problem formulation, then continuing with the action plan and action or program implementation stage. The result of this community service activity is that MSME players gain new insight into packaging and labeling, with this activity MSMEs become more confident in marketing their products.

Keywords: *Product Marketing, Packaging, Labeling, MSMEs*

A. PENDAHULUAN

UMKM adalah suatu usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan, rumah tangga atau berbentuk badan usaha yang kegiatan usahanya pada lingkup kecil atau juga mikro. Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlah yang

mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Menurut data statistik pada Kadin (Kamar Dagang dan Industri) Indonesia, kontribusi UMKM di Indonesia mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp 9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja dan memberikan lapangan pekerjaan pada masyarakat. UMKM memberikan aspek penting bagi perekonomian Indonesia, adanya UMKM dapat membantu pemerintah dalam meningkatkan kesenjangan ekonomi.

UMKM yang berkembang dengan baik tidak lepas dari peran pemilik usaha dan faktor-faktor pendukung lain agar dapat terus berkembang dan bervariasi. Salah satu faktor pendukung lain UMKM adalah pemasaran produk. Pemasaran produk merupakan hal penting yang harus dilakukan UMKM untuk produk yang akan dipasarkan. Menurut John Westwood, pengertian pemasaran adalah sebuah usaha terpadu yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan keuntungan atau laba kepada perusahaan. Perencanaan strategi pemasaran menjadi salah satu kunci utama kesuksesan sebuah usaha. Begitu juga dengan anggota UMKM UP2K PKK Desa Tiron Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun dalam menjalankan usahanya. Sebagus apapun kualitas produk yang dihasilkan, tanpa dukungan pemasaran yang tepat maka bisa dipastikan tidak banyak orang yang mengetahui keberadaan produk tersebut (Werdani dkk, 2020).

Salah satu pemasaran produk yang bisa dilakukan anggota UMKM UP2K PKK Desa Tiron Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun adalah dengan meningkatkan *packaging* dan *labeling* dengan tujuan memberikan nilai tambah pada produk yang akan dijual. Selain melakukan pemasaran produk melalui media sosial, *packaging* dan *labeling* salah satu cara untuk meningkatkan UMKM dalam memasarkan produknya. Menurut Kotler (2018) *packaging* adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus untuk sebuah produk. Proses kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi, fungsi utama dari kemasan sendiri yaitu untuk melindungi produk agar produk tetap terjaga kualitasnya. Tujuan dari *packaging* yaitu memastikan produk terbungkus seperti yang dibutuhkan. *Labeling* atau label adalah salah satu bagian dari sebuah produk. *Labeling* atau label terdiri dari keterangan yang direpresentasikan dengan kata-kata, simbol maupun berupa gambar dimana perannya sebagai sumber informasi mengenai produk. 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.

Pendampingan dan pelatihan pada hasil produk UMKM UP2K PKK Desa Tiron Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun bertujuan untuk memberikan wawasan pentingnya *packaging* dan *labeling* pada produknya. Selain itu tujuan pengabdian masyarakat ini adalah ingin membantu memberikan solusi pada *packaging* dan *labeling* produk UMKM UP2K PKK Desa Tiron Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun agar lebih menarik dan dapat dilirik konsumen. Dengan adanya *packaging* dan *labeling* dapat membantu konsumen mengenal lebih dekat produk yang akan dibeli. *Packaging* dan *labeling* yang menarik dapat memberikan nilai tambah produk pada saat produk tersebut akan dipasarkan kepada konsumen.

B. METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah dengan adanya pelatihan dan pendampingan. Pendampingan ini bertujuan untuk membantu anggota UMKM UP2K PKK Desa Tiron Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun mencapai tujuan awal yang diinginkan. Pendampingan dan pelatihan merupakan salah satu cara dalam metode *Participation Action Research* (PAR) dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat (Bakhri & Futiah, 2020 dalam Ditta dkk, 2023). *Participation Action Research* (PAR) adalah pendekatan penelitian yang menyatukan anggota masyarakat, aktivis, dan cendekiawan untuk bersama-sama menciptakan pengetahuan dan perubahan sosial (Cornish et al, 2023). Secara umum tahapan metode *Participation Action Research* (PAR) terangkum ke dalam siklus yang dimulai dari tahap observasi, perumusan masalah, kemudian dilanjut dengan rencana aksi dan tahap tindakan atau pelaksanaan program (Safei et al, 2020).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini mengundang anggota UMKM UP2K PKK Desa Tiron Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun. Jenis usaha yang dijalankan UMKM UP2K PKK Desa Tiron Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun ada pada bidang makanan. Ada beberapa tahap yang dilakukan dalam kegiatan ini, antara lain :

Tabel 1 : Tahapan Kegiatan

No	Nama Kegiatan	Kunjungan Ke			
		I	II	III	IV
1	Observasi – Survey UMKM	✓			
2	Perumusan Masalah		✓		
3	Perencanaan			✓	
4	Pelaksanaan & Tindakan				✓

1. Observasi – Survey UMKM

Tahap observasi atau survey dengan mencari kelompok UMKM, anggota UMKM UP2K PKK Desa Tiron Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun menjadi pilihan untuk pengabdian masyarakat.

2. Perumusan Masalah

Anggota UMKM UP2K PKK Desa Tiron Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun menjadi pilihan untuk pengabdian masyarakat, karena terdapat beberapa masalah. Masalah yang ada pada UMKM Desa Tiron tersebut adalah kurang menariknya *packaging* dan *labeling* pada produk UMKM.

3. Perencanaan

Dari permasalahan yang ditemukan pada UMKM Desa Tiron yaitu pada *packaging* dan *labeling*. Rencana yang sudah disiapkan untuk membantu kelompok UMKM Desa Tiron untuk mencari solusi pada permasalahan *packaging* dan *labeling*. Kami mempersiapkan materi terlebih dahulu untuk kelompok UMKM sebelum adanya tindakan atau pelatihan.

4. Pelaksanaan dan Tindakan

Pelaksanaan dan tindakan direalisasikan dengan melakukan pemberian materi terlebih dahulu kepada anggota UMKM UP2K PKK Desa Tiron Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun. Pemberian materi bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai *packaging* dan *labeling*, serta memberikan pengetahuan mengenai pemasaran produk melalui *packaging* dan *labeling* secara luas.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat Program Studi D3 Manajemen Pajak, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun kepada anggota UMKM UP2K PKK Desa Tiron Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun. Bentuk kegiatan ini berupa pendampingan dan pelatihan pentingnya *packaging* dan *labeling* pada produk yang akan dipasarkan.

Berdasarkan tahapan-tahapan kegiatan yang sudah dilakukan, kami berusaha memberikan wawasan yang dibutuhkan oleh anggota UMKM UP2K PKK Desa Tiron Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun dalam memperluas segmen pasar sehingga penjualan produk bisa tercapai. Pada tahapan perumusan masalah dan perencanaan tim pengabdian masyarakat dengan perwakilan UMKM UP2K PKK Desa Tiron mendiskusikan secara umum mengenai situasi dan kondisi para pelaku UMKM yang dikelola oleh ibu-ibu PKK. Pada tahapan ini, persamaan persepsi dilakukan agar permasalahan yang disampaikan oleh perwakilan UMKM bisa diterima oleh tim pengabdian masyarakat dan bisa direalisasikan secara langsung oleh tim pengabdian masyarakat. Selain persamaan persepsi, tim pengabdian masyarakat dan perwakilan UMKM Desa Tiron menentukan waktu dan tempat untuk realisasi pendampingan dan pelatihan.



Gambar 1 & 2 : Penyampaian materi mengenai pemasaran produk, *packaging* dan *labeling*.

Pada tahap pelaksanaan dan tindakan, kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan memberikan materi terlebih dahulu. Memberikan wawasan mengenai *packaging* dan *labeling*, bagaimana memberikan wadah yang tepat atau *packaging* untuk produk makanan. Memberikan contoh dan wawasan mengenai *labeling* yang menarik dan bagaimana pemasangan label yang tepat pada produk yang sudah di kemas secara menarik.



Gambar 3 & 4 : Materi mengenai *Packaging* dan *Labeling*

Pada dasarnya *packaging* dan *labeling* sangatlah penting untuk suatu produk. *Packaging* atau kemasan penting untuk sebuah produk, karena kemasan tidak hanya melindungi produk, tetapi juga berfungsi sebagai alat promosi yang dapat menarik konsumen. Menurut Rodriguez (2018), kemasan yang akan merubah kondisi dari bahan pangan dengan penambahan senyawa aktif sehingga mampu memperpanjang umur simpan dari bahan pangan yang dikemas dan juga meningkatkan keamanan serta tetap mempertahankan kualitas. Begitu juga dengan *labeling*, melalui label para pelaku UMKM dapat memberikan informasi, menawarkan, mempromosikan produknya semenarik mungkin agar memiliki daya tarik bagi konsumen. Permasalahan yang dihadapi oleh anggota UMKM UP2K PKK Desa Tiron Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun adalah bagaimana *packaging* dan *labeling* yang menarik yang dapat diberikan pada produknya.



Gambar 5 : Produk UMKM yang belum terdapat label/ merk

Berdasarkan analisis permasalahan yang dihadapi UMKM Desa Tiron, yaitu adanya permasalahan *packaging* dan *labeling* pada produknya, tim pengabdian masyarakat memberikan wawasan dan contoh bagaimana *packaging* dan *labeling* yang menarik. Kurangnya kreatifitas dan wawasan mengenai *packaging* dan *labeling* pada produk UMKM Desa Tiron membuat produk yang dipasarkan menjadi kurang menarik.



Gambar 6 : Produk UMKM dengan *packaging* dan *labeling*.

Adanya *packaging* dan *labeling* yang menarik akan menjadi nilai tambah untuk konsumen ketika melihat produk tersebut dipasarkan. Tim pengabdian masyarakat berusaha memberikan wawasan terhadap anggota UMKM UP2K PKK Desa Tiron Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun. Membantu mencari ide bagaimana *packaging* dan *labeling* untuk produknya. Jenis produk makanan UMKM Desa Tiron sangatlah banyak dan bervariasi. Tim pengabdian masyarakat mendampingi setiap proses yang dilakukan oleh UMKM Desa Tiron. Tim pengabdian masyarakat juga memberikan solusi tempat/ wadah/ *packaging* yang tepat yang sesuai dengan produk yang dimiliki oleh UMKM. Selain itu kami juga membantu mendesain logo/ label/ merk untuk produk UMKM. *Packaging* dan *labeling* sangat membantu sebuah produk tersebut dikenali oleh konsumen, konsumen dapat dengan mudah mengetahui informasi produk. Harapan kami dengan adanya pendampingan dan pelatihan mengenai *packaging* dan *labeling* pada produk UMKM Desa Tiron bisa membantu UMKM dalam memasarkan produknya.

D. SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh Tim Pengabdian Masyarakat Program Studi D3 Manajemen Pajak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun kepada anggota UMKM UP2K PKK Desa Tiron Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun berjalan sesuai dengan rencana. Kegiatan berjalan dengan lancar dan mendapatkan respon positif dari anggota UMKM Desa Tiron. Anggota UMKM Desa Tiron mendapatkan banyak wawasan baru mengenai *packaging* dan *labeling* untuk produk UMKM yang akan dipasarkan. Para pelaku UMKM bisa meningkatkan pemasaran melalui *packaging* dan *labeling* pada produknya. UMKM Desa Tiron menjadi lebih percaya diri dalam memasarkan produknya dengan adanya pendampingan dan pelatihan *packaging* dan *labeling* yang diberikan oleh tim pengabdian masyarakat. Tim pengabdian masyarakat mempunyai harapan besar kepada para pelaku UMKM setelah adanya pendampingan dan pelatihan. Tim berharap anggota UMKM Desa Tiron bisa lebih berinovatif lagi dalam memberikan *packaging* dan *labeling* produknya yang akan dipasarkan.

WIRYAKARYA

Jurnal Pengabdian Masyarakat

Volume 03, Nomor 02, Juli 2024, e-ISSN: 2827-9336

DAFTAR PUSTAKA

- Bakhri, S. and Futiah, V. (2020) 'Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Melalui Teknologi Digital di Masa Pandemi Covid-19', *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 2(2), p. 59. doi: <http://dx.doi.org/10.32493/JLS.v2i2.p59-70>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (12th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Ditta, A.S.A & Dea Candrani, A. (2023). Pelatihan Pembukuan Sederhana dan Implementasi Point of Sales Pada UMKM Kota Madiun. *Society: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4 (1), 36 – 46. <https://doi.org/10.37802/society.v4i1.366>
- Kadin Indonesia <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kotler, Philip, (2018). *Marketing Management Edisi 14, Global Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Rodriguez. 2018. Inovasi Kemasan atau pengemasan Potensi Kembangkan Produk Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Banjarnegara. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 52 (11), 54-67
- Safei, A. A., Ono, A., & Nurhayati, E. (2020). Pengembangan Masyarakat Perspektif Islam dan Barat. <https://digilib.uinsgd.ac.id/id/eprint/36344>
- Westwood, J. (2016). *How to Write a Marketing Plan*. London: Kogan Page Ltd.