

## **Pendampingan Labeling dan Packaging Dalam Upaya Membangun Branding UKM Jamur Tiram Desa Ujungberung Kabupaten Majalengka**

**R. Neny Kusumadewi<sup>1</sup>, Nita Hernita<sup>2</sup>, Alan Rusdiana<sup>3</sup>, Tito Marta Sugema Dasuki<sup>4</sup>**

Universitas Majalengka, Majalengka Indonesia

\*E-mail: kusumadewi.neny@gmail.com

### **Abstrak**

Oyster Mushroom UKM has the potential to develop its business, but it still requires intensive guidance for consultation related to business development. Therefore, there is a need for assistance to support this, especially regarding labeling and packaging which is currently very much needed in the business world in various fields. This assistance is expected to be able to contribute in the process of maximizing sales. Given the advancement of technology today, Oyster Mushroom SMEs are required to keep up with technological developments. Mentoring on labeling and packaging is carried out intensively but in increasing partner capacity, it is carried out in 2 (two) meetings. After the mentoring, the PKM team continued to monitor the impact of the changes that had occurred in relation to labeling and packaging that had been conveyed. Every month 1 times monitoring the development of sales by visiting the Oyster Mushroom UKM business place in Ujung Berung Village.

**Keywords:** *labeling; packaging; Oyster Mushroom SMEs; Ujungberung Village*

### **Abstrak**

UKM Jamur Tiram berpotensi untuk mengembangkan usahanya, namun masih membutuhkan pembinaan yang intensif untuk konsultasi terkait pengembangan usahanya. Maka dari itu perlunya pendampingan untuk menunjang hal tersebut terutama tentang labeling dan packaging yang saat ini sangat dibutuhkan dalam dunia usaha berbagai bidang. Pendampingan ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam proses memaksimalkan penjualan. Mengingat dengan majunya teknologi saat ini maka UKM Jamur Tiram dituntut harus mengikuti perkembangan teknologi. Pendampingan tentang labeling dan packaging dilaksanakan secara intensif namun dalam penambahan kapasitas mitra dilakukan dengan 2 (dua) kali pertemuan. Setelah pendampingan, tim PKM melakukan monitoring berlanjut sejauh apa dampak perubahan yang terjadi di terkait labeling dan packaging yang sudah disampaikan. Setiap satu bulan 1 kali memantau perkembangan penjualan dengan berkunjung ketempat usaha UKM Jamur Tiram Desa Ujung Berung.

**Kata Kunci:** *labeling; packaging ;UKM Jamur Tiram; Desa Ujung Berung*

Submitted: 2022-11-01

Publish 2023-04-13

## **PENDAHULUAN**

Desa menurut pandangan tatanan negara jika ditinjau dari sesudah masuk masa reformasi, telah melahirkan beberapa perubahan yang signifikan dalam tatanan kehidupan bernegara. Hal tersebut sesuai dengan lahirnya aturan mengenai pemerintahan desa, yaitu UU No. 5 Tahun 1974 dan UU No. 5 Tahun 1979 tentang Pemerintahan Desa. Namun seiring berjalannya waktu, undang – undang tersebut mengalami beberapa perubahan menjadi UU No 22 tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah (Suhardiman Syamsu, S. Sos., 2008).

Desa Ujungberung merupakan salah satu desa dari sepuluh desa yang berada di wilayah Kecamatan Sindangwangi. Desa Ujung Berung memiliki komoditi utama yang dibudidayakan di lahan sawah antara lain yaitu ; padi, jagung, kedelai, dan kacang hijau. Selain itu sektor penunjang pendapatan masyarakat adalah pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Menurut UU no 20 Tahun 2008 terdapat tiga jenis definisi dari UMKM, yaitu :

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.

- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria memiliki kekayaan bersih dari Rp 500.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp 2,5 miliar.

Desa Ujungberung memiliki UMKM yang bersifat mandiri yang memiliki banyak potensi diantaranya usaha mikro seperti Ma Ayoh (Kulit Lumpia), Durian Balap (Daging Durian), dan Jamur Tiram. Salah satu potensi yang diangkat dalam pengabdian masyarakat adalah UKM Jamur Tiram yang merupakan produksi hasil bumi dari bahan baku bubuk gergaji dan bubuk jagung sebagai pupuk yang diolah sehingga menghasilkan jamur tiram sebagai produk yang layak jual. Melihat potensi wilayah penghasil jamur tiram terbesar di Kabupaten Majalengka menunjang bahan baku dalam proses produksinya, disamping itu proses budidaya jamur tiram sangat memungkinkan dilakukan mengingat Desa Ujung Berung ini memiliki suhu yang sesuai dengan kebutuhan jamur tersebut.



Gambar 1. Produksi Awal Jamur

Berdasarkan observasi dan wawancara dengan perangkat Desa Ujungberung, Pelaku UKM dan masyarakat desa, ditemukan beberapa permasalahan seperti kurangnya wawasan masyarakat maupun pelaku UKM mengenai pengembangan usahanya baik dari sisi penamaan Merk dagang, Branding, Packaging, dan Digital Marketing. Pada umumnya para pelaku UMKM beranggapan tanpa menggunakan strategi pemasaran, produk akan tetap laku. Padahal strategi pemasaran akan memberikan keuntungan jangka panjang kepada pelaku UMKM karena melalui strategi pemasaran produk UMKM akan mempunyai nilai yang dapat memberikan daya tarik kepada konsumen. Salah satu bagian dari strategi pemasaran yang masih kurang diperhatikan adalah strategi merek (branding) yang meliputi desain kemasan dan labeling, ini terlihat dari sebagian besar produk UKM hanya dikemas apa adanya saja, selain itu pemasarannya masih bersifat local sehingga masih sistem pemasaran manual yang dijual langsung ke konsumen atau pelanggan.

Kemasan dan label sebagai identitas maupun sebagai media promosi. Label kemasan merupakan hal yang penting karena menjadi identitas dari suatu produk (Nugrahani, 2015). Desain kemasan suatu produk penting untuk diperhatikan karena tidak hanya untuk memperlihatkan kemasan tidak hanya berfungsi untuk melindungi barang dari kerusakan selama proses transportasi, penyimpanan, dan penjualan produk tetapi sebagai strategi membangun merek (branding). Menurut Mittleman dalam Ardy (2007) kemasan merupakan alat pemasaran yang vital, kemasan adalah silent salesman (penjual tanpa suara). Desain kemasan merupakan salah satu bagian dari strategi pemasaran yang masih kurang diperhatikan. Hal ini sesuai pendapat dari Ari Kardi et al., (2022) yang mana manfaat dari kemasan adalah menampilkan keunikan produk, mempengaruhi konsumen untuk memberikan respons positif, pembeda dengan produk lain yang karenanya konsumen akan memilih produk tersebut, serta menjadi strategi yang mampu meningkatkan volume penjualan.

Selain itu, pelabelan (labeling) produk UKM masih terlihat tradisional yang menyebabkan kualitas produk tidak dapat tersampaikan kepada konsumen. Label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya. Jadi, berdasarkan pengertian tersebut di atas label merupakan suatu yang sangat penting bagi produk karena dengan label tersebut konsumen dapat mengenal dan mengingat produk tersebut, hal ini disebabkan produk telah memiliki identitas yang berisi informasi tentang produk tersebut (Irrubai, 2015).

Namun, Sebagian besar produk UKM dikemas apa adanya tanpa memperhatikan nilai estetika dan daya tarik suatu produk. Mereka beranggapan bahwa pengemasan dan pelabelan produk yang menarik akan memerlukan modal besar dan biaya yang mahal. Hal tersebut didasari oleh pendapat bahwa dibutuhkan alat yang mahal untuk melakukan pengemasan dan pelabelan produk makanan atau minuman agar mampu menarik konsumen (Gunarsa dalam Meryana, 2009).

Selain itu, strategi promosi juga masih tergolong konvensional sehingga produk jamur tiram kurang dikenal oleh masyarakat luas yang menghambat pada meningkatnya volume penjualan. Mengingat pentingnya strategi tersebut, sudah seharusnya pelaku UKM khususnya UMKM jamur tiram memanfaatkan strategi pemasaran digital seperti e-commerce dan social commerce. Kurangnya pemanfaatan social commerce ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya kurangnya pengetahuan dan pemahaman mengenai pentingnya e-commerce atau social-commerce dalam meningkatkan penjualan. Penjualan secara elektronik bisa menggunakan social commerce seperti penjualan dengan memanfaatkan media sosial seperti instagram dan facebook dan media lainnya (Emilda et al., 2022).

Hal ini membuat tim berencana untuk melakukan pendampingan UMKM dengan cara berkesinambungan dimana langkah pertama adalah penggalan potensi UKM dan mengidentifikasi permasalahan kemudian menawarkan solusi yang tepat dalam pemecahan masalahnya. Namun, di tahun pertama tim fokus pada pendampingan labeling dan packaging dalam upaya meningkatkan branding produk jamur tiram. Di tahun kedua, tim akan melakukan pendampingan dari sisi digital marketing dengan tujuan jamur tiram yang sudah di kemas dan diberikan label dapat menjangkau konsumen luas secara efektif dan efisien.

Berdasarkan uraian di atas tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah untuk memberikan pendampingan dan pendidikan kepada pelaku UKM jamur tiram Desa Ujungberung Kabupaten Majalengka mengenai strategi pemasaran, khususnya strategi pengemasan dan pelabelan produk. Dengan Adanya pendampingan dan pendidikan tersebut diharapkan produk jamur tiram di Desa Ujungberung dapat berkembang dan berekspansi ke usaha yang berskala lebih luas.

## METODE

Tahun pertama pendampingan ini berkolaborasi bersama mahasiswa KKN-T di Desa tersebut untuk melakukan :

Observasi profil UMKM

- a. Pengumpulan dan pengambilan sampel dari UMKM
- b. Pengolahan sample dan penyuluhan
- c. Labeling dan
- d. Packaging

Rencana kegiatan tim disusun berdasarkan kebutuhan solusi dari permasalahan mitra yang paling urgen, dimana dari hasil observasi awal didapat masalah yang pertama dan dilakukan pemecahan masalahnya seperti yang tertuang dalam tabel seperti di bawah ini :

| NO | JENIS KEGIATAN                                                                                         | LUARAN                                                                                                                                                |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Kegiatan Pendataan UMKM di Desa Ujungberung                                                            | Mendatangi masyarakat di desa Ujung berung untuk dilakukan pendataan UMKM                                                                             |
| 2. | Seminar UMKM: Menciptakan <i>Branding</i> Produk UMKM Melalui strategi <i>labeling</i> produk          | Terealisasikan sesuai dengan program kerja yang telah dibuat yaitu memahami Strategi Pelabelan Produk untuk menciptakan <i>Branding</i> Produk UMKM   |
| 3. | Seminar UMKM: Membangun <i>Branding</i> Produk UMKM Melalui strategi <i>packaging</i> (kemasan) produk | Terealisasikan sesuai dengan program kerja yang telah dibuat yaitu memahami Strategi Kemasan Produk dalam upaya membangun <i>Branding</i> Produk UMKM |

Tahun kedua adalah keberlanjutan dari pendampingan yang akan tim PKM lakukan untuk memecahkan masalah lainnya.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Ujungberung termasuk kategori dataran tinggi. Ketinggian dari permukaan laut  $\pm 150$  mdpl, dengan suhu berkisar antara  $30^{\circ}\text{C} - 32^{\circ}\text{C}$ . Potensi lahan usahatani Desa Ujungberung terdiri dari lahan sawah dan lahan darat. Luas lahan sawah sekitar 71,98% dari keseluruhan wilayah Desa Ujungberung. Pendampingan yang tim PKM lakukan bersinergi dengan mahasiswa KKN-T 2022 Universitas Majalengka ini disambut baik oleh perangkat Desa, Masyarakat dan khususnya oleh mitra UKM jamur tiram.

Gambar di bawah ini merupakan kegiatan pendampingan pertama yang tim PKM lakukan berupa *Labeling* yang dilakukan bersama dengan mahasiswa program KKN-T berupa pendampingan dengan permasalahan yang berbeda.



Gambar 2. Pendampingan Strategi *Labeling*

Tujuan Pendampingan *labeling* ini untuk membantu UKM Jamur Tiram agar dapat dikenal oleh masyarakat luas. Pelatihan *labeling* ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam proses memaksimalkan penjualan. Mengingat dengan majunya teknologi saat ini maka UKM Jamur Tiram harus mampu mengikuti perkembangan teknologi yaitu dengan mengikuti mengenalkan produk unggulan mitra kemudian dipasarkan secara nasional. Kesulitan yang didapat saat kegiatan PKM ini

diantaranya keterbatasan SDM dimana pelaku UKM Jamur Tiram belum mendapatkan pelatihan serupa pada sebelumnya sehingga membuat tim PKM harus mendampingi dari awal pelabelan nama merk. Pelabelan merk ini dapat memberikan pengembangan usaha untuk produk bisa diterima oleh masyarakat luas.

Kegiatan pendampingan kedua yaitu *Packaging* yang mitra lakukan bersama dengan mahasiswa KKN-T. Langkah yang dilakukan adalah memberikan pelatihan *Packaging* yang melibatkan ahli di bidangnya untuk memberikan pelatihan tersebut. Seperti gambar dibawah ini :



Gambar 3. Pelatihan Strategi *Packaging*

Pelatihan strategi *packaging* memberikan dampak besar bagi mitra mengingat sebelumnya mitra masih menggunakan kemasan produk yang terlihat tradisional maka dengan pelatihan ini membantu mitra mempunyai kemasan produk yang menarik, unik, dan mudah diingat oleh konsumen maupun masyarakat luas, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan jamur tiram tersebut. Label dan kemasan produk jamur tiram dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 4. Label dan Kemasan Produk UMK Jamur Tiram



Keberlanjutan kegiatan PKM ini akan dilakukan tahun kedua dimana menyelesaikan permasalahan mitra dan berkolaborasi dengan pihak terkait maupun ahli untuk mampu membantu membangun Desa Ujung berung dengan upaya membina UKM Jamur Tiram ini.

## KESIMPULAN

Kesimpulan harus mengindikasikan secara jelas hasil-hasil yang diperoleh, kelebihan dan kekurangannya, serta kemungkinan pengembangan selanjutnya. Kesimpulan dapat berupa paragraf, juga dapat berbentuk point-point dengan menggunakan numbering. Kesimpulan harus mengindikasikan secara jelas hasil-hasil yang diperoleh, kelebihan dan kekurangannya, serta kemungkinan pengembangan selanjutnya. Kesimpulan dapat berupa paragraf, juga dapat berbentuk point-point dengan menggunakan numbering (Tahoma, 10pt, spasi 1,15).

## DAFTAR PUSTAKA

- Ari Kardi, D. C., Fauzi, R. U. A., & Purwanto, H. (2022). Labeling Dan Packaging Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Keripik Tempe Barokah Desa Garon Balerejo Madiun. *WIRYAKARYA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 50-59.
- Emilda, Tri Wulandari, Shafiera Lazuardi. (2022). Pendampingan UMKM penjual jamu dalam meningkatkan penjualan melalui kemasan, merk dan label. *Jurdimas (Jurnal pengabdian kepada masyarakat) Royal*, 5(1), 53-60. DOI:<https://doi.org/10.33330/jurdimas.v5i1.1249>, <https://jurnal.stmikroyal.ac.id/index.php/jurdimas>.
- Irrubay, M. I. (2015). Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga Di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. *Society, Jurnal Jurusan Pendidikan IPS Ekonomi*, 15-30. DOI:10.20414/society.v6i1.1462.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Purwanti, E. (2012). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti: Journal Of Economics & Business*, 5(1), 13-28.
- Rahina Nugrahani (2015). Peran Desain Grafis Pada Label Dan Kemasan Produk Makanan UMKM. *Imajinasi Jurnal Seni*, 9(2), 127-136. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/article/view/8846> DOI: <https://doi.org/10.15294/imajinasi.v9i2.8846>.
- Rosdiana, Y. M., Iriyadi, I., & Wahyuningsih, D. (2020). Pendampingan Peningkatan Efisiensi Biaya Produksi UMKM Heriyanto Melalui Analisis Biaya Kualitas. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(1), 1-10. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v1i1.311>.
- Suhardiman Syamsu, S. Sos., M. S. (2008). Memahami Perkembangan Desa Di Indonesia. Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM.
- UU No. 5 Tahun 1974 tentang Desa.
- UU No. 5 Tahun 1979 tentang Desa.
- UU No 22 tahun 1999 tentang Desa.