Jurnal AbdiMas Bongaya
Volume XX Nomor XX. Hal XXX. e-ISSN: 2808-9342
Homepage: https://ojs.stiem bongaya.ac.id/index.php/JAB

Pelatihan Labeling Untuk Pelaku UMKM Di Kabupaten Sidrap

Zulkarnain Basir[1], Hardiani[2], Muh. Rohady Ramadhan [3], Misbahuddin[4]
[1–2]STIEM Bongaya Makassar
[3–4]Pemda Kab Sidrap
*zulkarnain.basir@stiem-bongaya.ac.id

Abstrak
Abstrak memuat uraian singkat mengenai masalah dan tujuan penelitian, metode yang digunakan, dan hasil penelitian. Tekanan penulisan abstrak terutama pada hasil penelitian. Abstrak ditulis dalam bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Pengetikan abstrak dilakukan dengan spasi tunggal dengan margin yang lebih sempit dari margin kanan dan kiri teks utama. Kata kunci perlu dicantumkan untuk menggambarkan ranah masalah yang diteliti dan istilah-istilah pokok yang mendasari pelaksanaan penelitian. Kata-kata kunci dapat berupa kata tunggal atau gabungan kata. Jumlah kata-kata kunci 3-5 kata. Kata-kata kunci ini diperlukan untuk komputerisasi. Pencarian judul penelitian dan abstraknya dipermudah dengan kata-kata kunci tersebut.

Kata Kunci: isi, format, artikel.

PENDAHULUAN

Label merupakan salah satu bagian dari sebuah produk. Label terdiri dari keterangan yang direpresentasikan dengan kata-kata maupun berupa gambar dimana perannya ialah sebagai sumber informasi mengenai produk tersebut lengkap dengan penjualnya. Label pada produk umumnya memang berupa nama atau singkatnya merek produk. Bisa juga berupa keterangan bahan maupun komposisi produk, bahan baku, informasi gizi, isi produk, tanggal kadaluarsa hingga keterangan legalitas. Singkatnya, pengertian dan fungsi label produk dapat dilihat dari isian label itu sendiri. Secara umum label adalah informasi penting yang tertera pada produk.

Menurut Marinus (2002:192), label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya. Sedangkan Menurut Kotler (2000:477), label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Label bisa hanya mencantumkan merek atau informasi

Label bukan hanya sebagai alat penyampai informasi, namun juga berfungsi sebagai iklan dan branding sebuah produk. Menurut Kotler (2000:478), fungsi label adalah sebagai berikut: 1. Label mengidentifikasi produk atau merek. 2. Label menentukan kelas produk. 3. Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakannya, dan bagaimana menggunakan secara aman). 4. Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik. Adapun tujuan label adalah sebagai berikut: 1. Memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan. 2. Berfungsi sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik. 3. Memberi petunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yang optimum. 4. Sarana periklanan bagi produsen. 5. Memberi rasa aman bagi konsumen.

Berdasarkan pemahaman tersebut diatas, maka salah satu upaya pemerintah untuk memberikan solusi kepada para pelaku UMKM berupa pelatihan labelling agar mampu mengatasi salah satu permasalahan utama para pelaku UMKM di Kabupaten Sidrap dari segi pemasaran produknya.

Dalam pelatihan tersebut diberikan pengetahuan kepada para pelaku UMKM tentang pentingnya peran Merek/brand pada suatu produk. Brand/merek tersebut seringkali di tempelkan pada kemasan produk. Bagian dari kemasan suatu produk dapat dijadikan sebagai media komunikasi antara produsen kepada konsumen guna membentuk citra (Sari, 2013; Handini, Suhartono, & Wahjuni, 2017; Indrihastuti et al., 2019). (Adisasmito, 2008) beserta (Herawati & Listyawati, 2017) mengungkapkan bahwa melalui label pada kemasan produsen dapat memberikan informasi mengenai kualitas, brand, kode produksi, legalitas, petunjuk penggunaan atau penyajian. Sehingga label dapat dijadikan identitas dari suatu produk meskipun ada beberapa produk dipasaran yang sama (Erlyana, 2018). Tidak mengherankan apabila atribut produk termasuk label pada kemasan ini terbukti menjadi pertimbangan konsmumen dalam melakukan keputusan pembelian (Dewi & Jatra, 2013; Susetyarsi, 2012). Selain itu, (Sa'diyah, 2020) mengatakan label juga menjadi faktor yang penting dalam menguatkan merek suatu produk dalam persaingan.

Label pada kemasan sering kali diabaikan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Padahal dengan adanya kemasan yang baik disertai dengan label yang informatif ini dapat menjadi faktor pendukung dalam melaksanakan strategi pemasaran serta menghasilkan kepuasan dan loyalitas konsumen (Sembiring, 2016). Selain itu, kemasan yang dilengkapi label yang informatif ini juga dapat meningkatkan nilai jual suatu produk (Khoirianingrum et al., 2018). Dengan demikian, pelaku UMKM perlu untuk memberikan prioritas dalam hal manajemen produk khususnya labeling pada kemasan produk.

METODE (Times New Roman, size 12)

Kegiatan Pelatihan Labeling dilaksanakan selama 2 hari dari tanggal 18 – 19 Oktober 2023 di Aula SKPD Sidrap. Khusus untuk kegiatan Pemyajian materi oleh narasumber dilaksanakan pada tanggal 18 Oktober 2023. Peserta pelatihan labeling ini dikikuti sebanyak 50 peserta yang berasal dari berbagai kecamatan Se-Kabupaten Sidrap. Sedangkan para narasumber berasal dari berbagai latar belakang yaitu Pemerintah Daerah, Akademisi dan Kantor BPJS KetenagakerjaanContoh Diagram:

HASIL

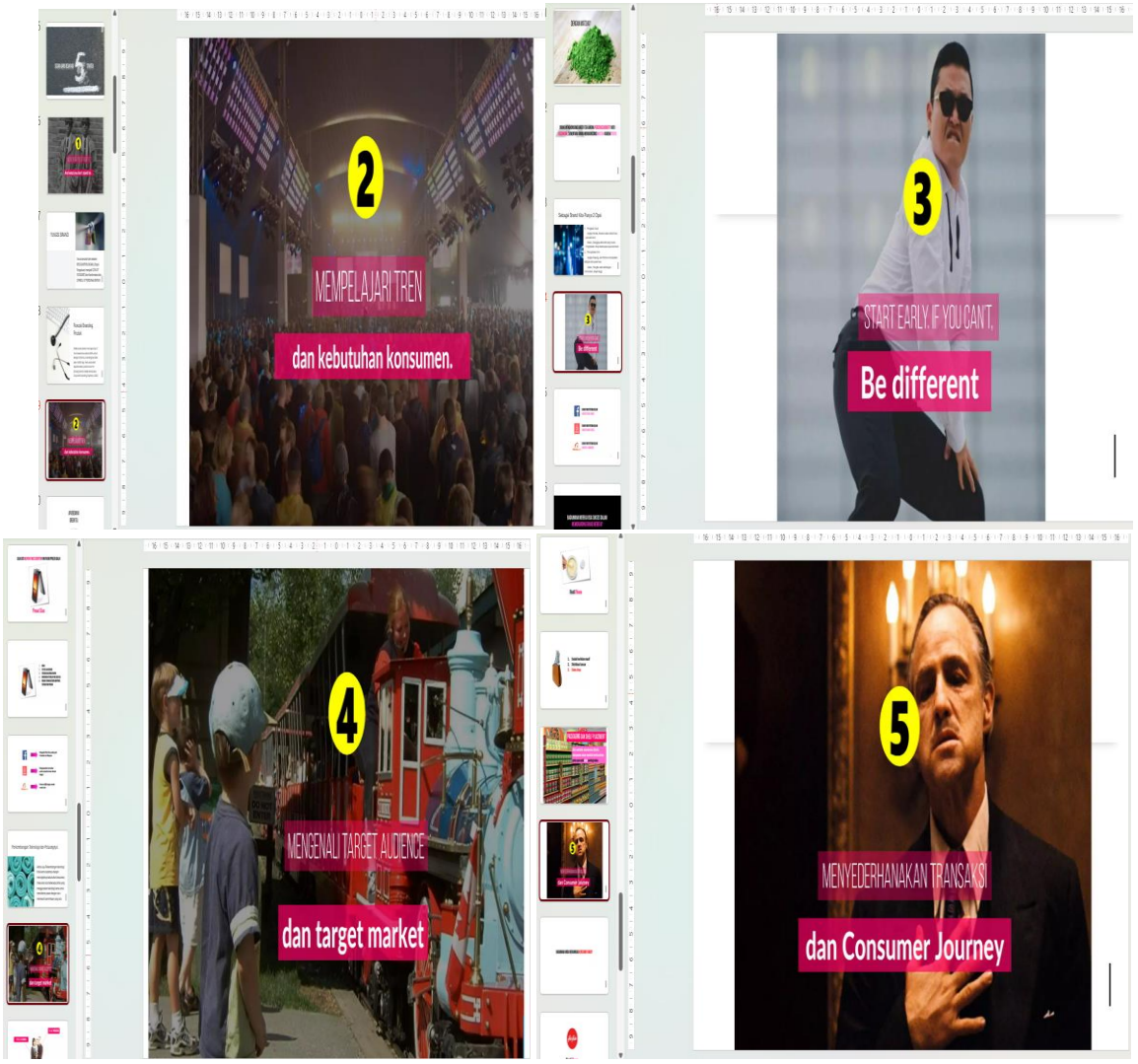
Sebagai salah satu narasumber pada kegiatan pelatihan labeling kali ini saya diberikan amanah untuk menyajikan materi dengan judul : ***Strategi Branding Produk*.**

Gambar 1 : Penyajian materi : Pentingnya Branding Produk dalam Membantu

Pada awal penyajian materi tersebut pemateri menyajikan pengertian branding dan pentingnya sebuah brnad dalam menunjang pengembangan usaha

Gambar2 : Penyajian materi : Pentingnya Branding Produk dalam Membantu Pengembangan usaha

Setelah para peserta memahami pengertian brand secara umum dan pentingnya posisi brand dalam pengembangan usaha, pemateri melanjutkan menguraikan 5 strategi utama dalam branding produk



Setelah dijelaskan tentang 5 (lima) strategi Branding Produk. Kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab (Tampak salah satu peserta mengajukan pertanyaan)

Gamber 3 : Salah satu peserta mengajukan pertanyaan

Gamber 4 : Salah satu peserta mengajukan pertanyaan

Setelah sesi tanya jawab, kemudian dilanjutkan sesi simulasi pencetakan brand pada produk. Pada pelatihan ini, simulasi pencetakan brand di aplikasikan pada cup produk minuman

*Gambar 5 : Simulasi Pencetakan Brand usaha pada media Cup produk Minuma*n

Gambar 6 : antusias peserta untuk mengetahui teknik pelabelan produk

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil laporan kegiatan selaku salah satu narasumber pada kegiatan Pelatihan Labelling Untuk pelaku UMKM di kabupaten Sidrap yang di selenggarakan oleh Dinas Koperasi, UMKM, Transmigrasi dan Ketenagakerjaan Kab. Sidrap, maka dapat disimpulkan sebagai berikut

:

1. Bertambahnya pengetahuan dan pemahaman para pelaku umkm tentang branding Produk setelah mengikuti kegiatan ini
2. Bertambahnya pengetahuan dan pemahaman para peserta tentang pentingnya setiap pelaku UMKM melakukan Brnading produk
3. Bertambahnya pengetahuan dan pemahaman para peserta tentang berbagai strategi yang dapat dilakukan untuk membangun kekuatan merek usaha di kalangan para pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

Augustinah, F., Sholichah, N., & Pramudiana, I. D. (2017). Manajemen Usaha Pembuatan Kemasan Dan Labeling Pada Home Industry Kue Basah Kelompok Dasawisma Kri Nanggala Medokan Semampir Surabaya. Dedication: *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 147–155.

Handini, Y. D., Suhartono, S., & Wahjuni, S. (2017). Kegiatan Pelabelan, Pengemasan Dan Pemasaran Kerupuk Dan Rengginang Panarukan Situbondo. Referensi: *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 4(2), 68–81.

Lusianingrum, F. P. W., Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2021). Pelatihan labeling kemasan produk UMKM mitra binaan Posyantek Al-Ikhlas. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(2), 624-632.

Mansyur Mus, Hasbiyadi Hasbiyadi, Mansyur Tanra, Sitti Masyita, Djamila Saleh, Rusni, Hasyim Mokhtar, Andi Dahrul, Ernawati Madya, (2022). Peningkatan Pengetahuan Digital Marketing di Kalangan Pelaku UMKM. *Jurnal Abdimas Bongaya* Vol 2 Nomor 2

Sa'diyah, H. (2020). Inovasi Pengemasan Dan Pelabelan Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Al-Iqtishady: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 56–67.

Sucihati, R.N., Suprianto., Sutanty, M., Haryadi, W., Ismawati. 2021. Penyuluhan dan Pelatihan Labeling, Packaging dan Marketing untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Lokal* (JPML), 4 (2), 277-282.