



Pelatihan Pengemasan dan Labeling Produk untuk Meningkatkan Kemampuan Manajemen Pemasaran bagi UKM Kale Cookies

**Menik Aryani*, Baiq Herdina Septika, Tama Krisnahadi,
Ridho Rafqi Ilhamalimy, Supratman**

Program Studi Manajemen, FBMB, Universitas Pendidikan Mandalika

*Corresponding Author. Email: menikaryani@undikma.ac.id

Abstract: This Community Service aims to improve marketing management skills for SMEs Kale Cookies through training on product packaging and labeling according to SNI standards. The partner of this activity is UKM Kale Cookies, which consists of 10 people and has a strong desire to learn packaging management and product labeling. The method of implementing this activity includes training, mentoring, monitoring and evaluation. The result of this service activity is that partners have understood the importance of making creative product packaging and labeling in accordance with SNI standards. In addition, partners also have skills in making product packaging and labels in accordance with SNI standards.

Abstrak: Pengabdian Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan manajemen pemasaran bagi UKM Kale Cookies melalui pelatihan pengemasan dan labeling produk sesuai dengan standar SNI. Mitra kegiatan ini adalah UKM Kale Cookies yang berjumlah 10 orang dan memiliki keinginan yang kuat untuk belajar manajemen kemasan dan labeling produk. Metode pelaksanaan kegiatan ini meliputi pelatihan, pendampingan, monitoring dan evaluasi. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah mitra telah memahami pentingnya membuat kemasan dan labeling produk yang kreatif sesuai dengan standar SNI. Selain itu, mitra juga memiliki keterampilan dalam membuat kemasan dan label produk yang sesuai dengan standar SNI.

Article History:

Received: 12-09-2022
Reviewed: 14-10-2022
Accepted: 28-10-2022
Published: 18-11-2022

Key Words:

Training; Marketing Management; Product Packaging; Labeling.

Sejarah Artikel:

Diterima: 12-09-2022
Direview: 14-10-2022
Disetujui: 28-10-2022
Diterbitkan: 18-11-2022

Kata Kunci:

Pelatihan; Manajemen Pemasaran; Kemasan Produk; Labeling.

How to Cite: Aryani, M., Septika, B., Krisnahadi, T., Ilhamalimy, R., & Supratman, S. (2022). Pelatihan Pengemasan dan Labeling Produk untuk Meningkatkan Kemampuan Manajemen Pemasaran bagi UKM Kale Cookies. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 3(3), 577-583. doi:<https://doi.org/10.33394/jpu.v3i3.6003>



<https://doi.org/10.33394/jpu.v3i3.6003>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Pendahuluan

Pemasaran merupakan sebuah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan untuk tujuan mendapatkan nilai dari pelanggan sebagai imbalannya (Kotler & Amstrong, 2008). Untuk menciptakan nilai bagi konsumen tentunya perusahaan harus memperhatikan atribut produk yaitu kemasan dan labeling produk, karena kedua atribut ini terbukti menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk (Susetiarsi, 2012). Selain itu, label juga merupakan faktor yang penting dalam menguatkan merek suatu produk dalam persaingan (Sa'diyah, H. 2020). Fungsi kemasan secara mendasar adalah untuk memudahkan dan melindungi produk dari kerusakan-kerusakan. Hal ini sesuai dengan pendapat Simamora (2007) fungsi kemasan yaitu; 1). Fungsi protektif, dan 2). Fungsi promosi. Sedangkan Pemberian label yang terdapat dalam kemasan merupakan sarana penyampai informasi produk kepada konsumen. Hal ini akan memudahkan konsumen dalam mengidentifikasi produk dengan informasi yang terdapat dalam label seperti nama merek, alamat produsen,



serta informasi lain terkait produk (Adisasmito, 2008) beserta (Herawati dan Lestyawati, 2017). Untuk memungkinkan suatu usaha dapat membedakan dirinya dan produk yang dimiliki terhadap apa yang dimiliki oleh para pesaingnya, maka merek menjadi peran penting dalam pencitraan dan strategi pemasaran perusahaan (Erlyana, 2018).

Para Pelaku Usaha harus mulai mempertimbangkan berinvestasi pada label dan kemasan sebagai suatu prioritas. Label adalah salah satu factor penting kekuatan branding suatu produk didalam era persaingan global ini. Dengan adanya label pada sebuah produk menjadi pembeda produk tersebut dengan produk lainnya. Melalui label juga pelaku usaha bisa menyampaikan informasi terkait kualitas produk, legalitas produk, kode produksi dan petunjuk penting lainnya. Damaralam Hendradewa selaku Praktisi Desain Kemasan dari Dampu Design, mengatakan bahwa desain pada kemasan harus bisa menyampaikan komunikasi dari produk tersebut. Damar juga menjelaskan desain produk yang menarik terbukti mendukung produk untuk lebih laku dan dapat dijual dengan harga yang lebih mahal. Hal ini bisa membuat para pelaku UMKM mendapatkan keuntungan yang lebih besar. (<https://mnews.co.id/read/berita-lainnya/pentingnya-kemasan-produk-bagi-umkm-dalam-berdaya-saing-global/>). Menurut Kementerian Perdagangan (Kemendag) masih banyak UMKM yang pengemasan dan labeling produknya masih belum memenuhi standar. Standar yang harus dipenuhi untuk kemasan dan label produk adalah harus wajib memenuhi SNI yaitu nama produk dan logo, keterangan komposisi dan bahan tambahan, keterangan tanggal kadaluarsa, kemasan tidak mudah rusak, berlogo halal dan berstandarisasi BSN. (<https://www.republika.co.id/berita/qyeeo9320/kemendag-banyak-kemasan-produk-umkm-belum-sesuai-standar>)

Kale Cookies adalah salah satu UMKM yang bergerak dibidang kue kering. Kale cookies menjual berbagai jenis kue kering jadul sampai kue kering modern. Kale Cookies berdiri sejak tahun 2015 dengan menggunakan modal sendiri. Awal berdiri Kale Cookies hanya memiliki satu karyawan dan sekarang Kale Cookies telah memiliki karyawan tetap sebanyak 10 orang. Kale Cookies menyediakan berbagai macam kue kering untuk setiap harinya. Saat ini Kale Cookies memiliki banyak pelanggan dari wilayah mataram. Ada beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Kale Cookies sebagai mitra yakni :

- 1) Kurangnya pengetahuan mitra akan pentingnya kemasan dan label produk. Selama ini mitra hanya melakukan pengemasan dan labeling produk secara sederhana sehingga terkesan kurang menarik bagi konsumen. Mitra beranggapan kalau kemasan dan labeling produk tidak terlalu memberi pengaruh terhadap omset penjualan produk mitra.
- 2) Belum memiliki kemasan dan labeling produk yang sesuai dengan standar SNI. Selama ini mitra hanya membuat kemasan seadanya dengan menggunakan plastik biasa dan labeling didesain secara sederhana dengan menggunakan kertas hvs tanpa memperhatikan standar SNI yang seharusnya dijadikan pedoman dalam membuat kemasan dan label produk.

Dari permasalahan yang dihadapi oleh mitra maka tim PKM beranggapan perlu dilakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan untuk memberikan edukasi tentang pentingnya kemasan dan labeling produk dan bagaimana membuat kemasan dan label sesuai dengan standar SNI. Kegiatan pengabdian ini penting dilakukan karena didasarkan pada pemikiran bahwa salah satu masalah mendasar dari UMKM sulit bersaing secara global karena terkendala di dalam minimnya informasi tentang manajemen kemasan dan labeling produk.



Metode Pengabdian

Metode pengabdian ini menggunakan pelatihan dan pendampingan Langkah-langkah kegiatan ini dilakukan dengan melalui beberapa tahap yaitu meliputi:

Persiapan

Terdiri dari koordinasi dan sosialisasi dengan mitra terkait dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat. Selain itu tim pengabdian pada masyarakat dan mitra juga menyiapkan segala hal yang dibutuhkan dalam pelaksanaan kegiatan tersebut.

Pelaksanaan

Terkait dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat yang melibatkan mitra yang meliputi kegiatan pelatihan dan pendampingan. Adapun pelatihan yang diberikan kepada mitra adalah tentang pengemasan dan labeling produk sesuai dengan standar SNI. Selanjutnya mitra diberikan pendampingan dalam membuat pengemasan dan labeling produk sesuai dengan standar SNI.

Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi Pelatihan dilakukan untuk mengetahui pencapaian tujuan pelaksanaan pelatihan (Rizka & Tamba, 2019; Permana et al., 2020; Setianingsih et al., 2020; Primawati et al., 2021). Instrumen evaluasi pelatihan dengan menggunakan angket, observasi dan wawancara. Evaluasi juga dilakukan untuk mengetahui peningkatan kemampuan mitra sebelum dan sesudah pelatihan. Hasil evaluasi dikomparasikan dengan indikator keberhasilan pelatihan yang sudah ditentukan sebelumnya. Adapun indikator keberhasilan pelatihan ini antara lain: (a) Peserta pelatihan hadir sesuai jadwal; (b) Peserta menyatakan memahami materi yang diberikan; (c) Peserta pelatihan memiliki motivasi untuk dapat dapat membuat kemasan dan label berstandar SNI; dan (d) Peserta pelatihan dapat membuat kemasan dan label berstandar SNI.

Hasil Pengabdian dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan melakukan persiapan yang terdiri dari observasi, sosialisasi kegiatan, dan persiapan kegiatan. Observasi dilakukan kepada mitra PKM untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi mitra secara langsung sehingga TIM PKM bisa menentukan program apa yang akan dibuat untuk mitra. Sosialisasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui komitmen mitra dalam melaksanakan dan mensukseskan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Persiapan kegiatan bertujuan untuk menyiapkan segala kebutuhan pelaksanaan kegiatan (Adisthy Shabrina Nurqamarani, 2021).

Kegiatan berikutnya adalah tahap pelaksanaan yang terdiri dari peserta diberikan materi pelatihan dan dilanjutkan dengan pendampingan pengemasan dan pelabelan oleh para peserta. Dalam pelatihan ini terdapat 3 pemateri yaitu sebagai berikut :

Tabel 1. Materi Kegiatan Pelatihan

| Nama Pemateri | Kompetensi | Materi |
|----------------------------|--------------------------------|---------------------------------------|
| Menik Aryani, SE,MM | S2 Pemasaran Dan Pelaksana PKM | Digital Marketing |
| Baiq Herdina Septika,SE,MM | S2 Pemasaran Dan Pelaksana PKM | Manajemen Kemasan Sesuai Standar SNI |
| Tama Krisnahadi, SP.MM | S2 SDM dan Pelaksana PKM | Manajemen Labeling Sesuai Standar SNI |

Kegiatan terakhir adalah tahap evaluasi terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Monitoring dan Evaluasi dilakukan untuk mengetahui pencapaian tujuan pelaksanaan pelatihan.



Mitra pengabdian sangat antusias dengan mengikuti jalannya kegiatan sampai selesai. Hal ini terlihat dari kehadiran mitra yang tepat waktu dan mengikuti acaranya sampai selesai. Semua anggota mitra yang berjumlah 10 orang hadir dalam kegiatan ini. Kegiatan ini dilaksanakan selama 2 bulan yang dimulai dari tanggal 4 Juni-5 Agustus 2022 bertempat di rumah owner Kale Cookies. Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan melakukan observasi, sosialisasi kegiatan serta persiapan kegiatan dilakukan pada bulan Juni 2022. Sedangkan pelaksanaan kegiatan dimulai dari bulan Juli sampai dengan Agustus 2022 yang dimulai dari pelatihan, pendampingan, dan evaluasi kegiatan. Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini dimulai dari pukul 08.00 wita dan berakhir jam 16.00 WITA.

Dari hasil kegiatan pelatihan dan pendampingan menunjukkan 100% mitra telah memahami pentingnya membuat kemasan dan labeling produk yang sesuai dengan standar SNI. Hal ini dapat dilihat dari hasil evaluasi dan monitoring yang telah dilakukan dilakukan, disimpulkan bahwa kegiatan PKM pada UKM Kale Cookies telah terlaksana sesuai perencanaan yang telah disusun. Mitra sangat antusias untuk mengikuti jalannya acara sampai selesai dengan aktif berdiskusi seputar permasalahan manajemen usaha yang terkait dengan aspek kemasan dan labeling produk. Hal ini terlihat dari kehadiran seluruh anggota mitra pada kegiatan PKM. Selain itu, mitra juga mampu membuat kemasan dan label yang sesuai dengan standar SNI.

Tabel 2. Hasil Monitoring dan Evaluasi PKM

| No | Kegiatan | Sebelum | Sesudah |
|----|--|---|--|
| 1 | Meningkatkan pengetahuan mitra tentang kemasan produk sesuai dengan standar SNI | mitra tidak mengetahui kemasan produk makanan yang sesuai dengan standar SNI. Kemasan yang digunakan adalah plastik tipis. | mitra mengetahui kemasan produk makanan yang sesuai standar SNI kemasan yang baik. |
| 2 | Meningkatkan pengetahuan mitra tentang labeling produk sesuai dengan standar SNI | mitra tidak mengetahui label produk yang sesuai dengan standar SNI. label yang digunakan mitra masih seadanya dicetak hitam putih. | Mitra mengetahui label pada kemasan produk makanan yang sesuai standar SNI |
| 3 | Membuat kemasan dan label produk sesuai standar | Kemasan menggunakan plastik dengan kualitas rendah dan tipis. Menggunakan label simpel dengan kertas hvs, ukuran kecil, dicetak hitam putih, belum ada logo. Tidak terdapat informasi yang lengkap terkait keterangan produk. | Menggunakan standing pouch dengan kualitas plastik sangat baik. Label produk dengan menggunakan kertas kualitas baik yaitu kertas stiker tebal full color dan informasi mengenai produk yang terdapat dalam label. |



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Melalui kegiatan pelatihan ini, peserta diberi materi tentang pentingnya kemasan dan labeling produk untuk meningkatkan nilai tambah produk dan dapat diterapkan langsung untuk bisnisnya. Selain itu peserta juga akan dibekali dengan berbagai materi, antara lain :

- Pengetahuan tentang cara membedakan kemasan berdasarkan fungsi jenis dan bahannya.
- Mengetahui standar kemasan yang sesuai dengan produk mereka.
- Peserta dapat mengetahui cara pemakaian mesin kemasan dan bisa diterapkan di usahanya.
- Peserta dapat mengetahui tentang cara dan peraturan labeling untuk produk mereka, yang meliputi informasi yang tercantum dalam kemasan, mengetahui persyaratan dan ketentuan tentang label.
- Peserta akan mengetahui apa itu *barcode*, fungsi, manfaat dan cara pembuatan barcode. Selain itu, juga akan dijelaskan bagaimana cara mendapatkan label Halal dari MUI untuk produk makanan.
- Peserta akan dijelaskan bagaimana cara pendaftaran merek dan pentingnya sebuah merek.
- Akan ada penjelasan tentang peran kemasan dalam pemasaran produk.
- Dan juga akan mengetahui pemilihan kemasan berdasarkan estetikanya dan mengetahui seberapa perencanaan desain kemasan.

Dari kegiatan pelatihan dan pendampingan ini diperoleh hasil bahwa peserta telah mampu membuat kemasan produk dan desain labeling yang sesuai dengan standar SNI, menarik dan tentunya aman untuk pangan sehingga tampilan produk yang dihasilkan tidak kalah bersaing



bersaing dengan produk yang sejenis lainnya. Para peserta mengharapkan kegiatan pelatihan dan pendampingan seperti ini dapat dilakukan secara berkelanjutan agar kemampuan para peserta meningkat terutama dalam manajemen kemasan dan labeling. Pelatihan dan pendampingan ini sebagai sarana untuk meningkatkan penjualan produk (Rahma Yuliani, 2020).

Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil kegiatan pengabdian ini menunjukkan sekitar 100% mitra telah memahami pentingnya membuat kemasan dan labeling produk yang sesuai dengan standar SNI. Selain itu, mitra juga mampu membuat kemasan dan label yang sesuai dengan standar SNI.

Saran

Saran yang disampaikan berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah; (1) Mitra diharapkan dapat lebih inovatif dalam membuat kemasan dan label produk sehingga membangun *brand image* yang melekat dihati konsumen. (2) Peran serta pemerintah dan pihak swasta yang selalu diharapkan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai manajemen pemasaran lebih lanjut dalam meningkatkan penjualan produk UKM.

Daftar Pustaka

- Dewi, N., & Jatra, M. (2013). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2(2), 248–261
- 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.
- <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/menerapkan-pelabelan-labelling-yang-layak-dalam-standar-ekspor/>
- <https://mediaindonesia.com/ekonomi/180910/solusiukm-bantu-umkm-di-indonesia-cerdas-pembukuan>
- <https://mnews.co.id/read/berita-lainnya/pentingnya-kemasan-produk-bagi-umkm-dalam-berdaya-saing-global/>
- <https://www.republika.co.id/berita/qyeeo9320/kemendag-banyak-kemasan-produk-umkm-belum-sesuai-standar>
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 1. Jakarta: Erlangga.
- Lusianingrum Farah Putri Wenang, Arum Wahyuni Purbohastuti, Asmi Ayuning Hidayah. (2021). Pelatihan Labeling Kemasan Produk UMKM Mitra Binaan Posyantek Al-Ikhlas. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, Vol 5 No.2.
- Nurqamarani Adisthy Shabrina, Ari Juliana, Setyo Kuncoro, Nadia Nurani Isfarin, Deddy Juniadi. (2021). Peningkatan Manajemen Pemasaran Melalui Desain Kemasan. *Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Terbuka*
- Oentoro, Deliyanti. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.



- Permana, D., Qomariyah, S., & Rizka, M. (2020). Pelatihan Keterampilan Berkomunikasi Bahasa Inggris Bagi Pramusaji Kedai di Kawasan Wisata Aik Berik. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 1(1), 1-7. doi:<https://doi.org/10.33394/jpu.v1i1.2546>
- Primawati, S., Nissa, I., Nufida, B., Rizka, M., & Febrilia, B. (2021). Pelatihan Hidroponik Sistem NFT bagi Kelompok Pertanian Patuh Angen di Kota Mataram. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 2(2), 243-251. doi:<https://doi.org/10.33394/jpu.v2i2.4163>
- Rizka, M. A., & Tamba, W. (2019). Pelatihan Evaluasi Program Pendidikan Nonformal Bagi Pengelola Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) di Kecamatan Gunungsari Kabupaten Lombok Barat. *Paradharma (Jurnal Aplikasi IPTEK)*, 2(1).
- Sa'diyah, H. (2020). Inovasi Pengemasan Dan Pelabelan Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Al-Iqtishady: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 56-67.
- Setianingsih, T., Qomariyah, S., Nafisah, B., Ariani, S., & Rizka, M. (2020). Pelatihan Perintisan dan Manajemen Lembaga Bimbingan Belajar bagi Mahasiswa Undikma Sebagai Upaya Meningkatkan Jiwa Social Entrepreneurship. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 1(2), 128-132. doi:<https://doi.org/10.33394/jpu.v1i2.2932>
- Simomora Bilson. (2007). *Panduan Riset Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Susetiarsi, (2012). Kemasan Produk Ditinjau dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan dan Pelabelan pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Minuman Mizone di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 4(3).
- Tjipto, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- Wirya, Iwan. (1999). *Kemasan yang Menjual*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yuliani Rahma, Widyakanti. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan Dan Label Pada UMKM. *Jurnal Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan Volume 2 Nomor 2*, PKN STAN Press.