

PERAN LABELING TERHADAP PERTUMBUHAN UMKM BAKSO GORENG (BASRENG) DI DESA PANGEBATAN

Sofiyanti Nur Amalia^{1*}, Sri Mulyaningsih²

^{1,2}Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban, Brebes, Indonesia

*e-mail: sophicynaa@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam menggerakkan perekonomian masyarakat, termasuk pelaku UMKM makanan ringan seperti Bakso Goreng (Basreng) di Desa Pangebatan. Namun, banyak UMKM menghadapi kendala dalam memasarkan produk karena belum memiliki *label* yang memadai pada kemasan. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk membantu UMKM mitra memahami pentingnya *label* sebagai identitas produk dan sarana komunikasi visual pada konsumen. Metode kegiatan dilakukan melalui observasi langsung, wawancara, perancangan desain *label*, sosialisasi, hingga pendampingan pembuatan *label*. Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan signifikan setelah produk diberi *label*, baik dari sisi tampilan visual yang lebih menarik, meningkatnya kepercayaan konsumen, hingga bertambahnya peluang pasar. Kesimpulannya, *label* tidak hanya berfungsi sebagai hiasan, tetapi juga sebagai branding yang mampu meningkatkan daya saing UMKM

Kata kunci: UMKM; label; strategi pemasaran; komunikasi visual.

Abstract

Micro, small and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role in supporting Indonesia's economic growth, including snack food MSME players such as Fried Meatballs (Basreng) in Pangebatan Village. However, many MSMEs face obstacles in marketing their products because they do not have adequate labels on the packaging. The purpose of this activity is to help partner MSMEs understand the importance of labels as product identity and a means of visual communication to consumers. The activity method is carried out through direct observation, interviews, label design, socialization, and label making assistance. The results of the activity showed a significant change after the product was labeled, both in terms of a more attractive visual appearance, increased consumers confidence, and increased market opportunities. In conclusion, labels not only function as decoration, but also as a branding strategy that can increase the competitiveness of MSMEs.

Keywords: MSME; labels; marketing strategy; visual communication.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia (1). Namun, dalam praktiknya banyak UMKM masih menghadapi tantangan dalam pengelolaan usaha, khususnya dalam hal pemasaran. Salah satu kendala yang sering ditemui adalah minimnya perhatian pada kemasan dan label produk. Padahal, label memiliki fungsi penting sebagai identitas produk, sarana penyampaian informasi, serta media untuk membangun kepercayaan konsumen.

Desa Pangebatan merupakan salah satu desa yang terdapat di Kecamatan Bantarkawung, kabupaten Brebes. Terdapat beberapa UMKM yang ada di Desa tersebut, diantaranya adalah UMKM milik Bapak Medi yang menjual makanan ringan seperti bakso goreng (basreng). Meskipun memiliki potensi pasar cukup besar, produk yang dipasarkan masih menggunakan kemasan polos tanpa label sehingga sulit bersaing dengan produk serupa di pasaran. Kondisi ini menyebabkan produk kurang dikenal dan tidak memiliki daya tarik visual.

Label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan (2). Label berfungsi sebagai media komunikasi antara produsen kepada konsumen guna membentuk citra. Penggunaan label pada kemasan telah diatur dalam Undang-Undang tentang pangan di Indonesia. Dengan label produk yang baik, pelaku UMKM dapat lebih mudah memasarkan produknya dan meningkatkan daya saing di pasaran. Selain itu, pembuatan label pada produk yang sesuai dengan standar juga dapat meningkatkan kepercayaan dari konsumen terhadap produk tersebut (3). Tujuan label adalah untuk memberikan informasi tentang isi produk yang terdapat pada label tanpa harus membuka kemasan, sebagai sarana komunikasi produsen dengan konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui tentang produk, dan memberi rasa aman bagi para konsumen (4). Tanpa adanya label pada kemasan membuat produk terkesan tidak aman karena tidak adanya jaminan pada produk tersebut (5).

Dalam pengembangan kemasan produk basreng, dibutuhkan konsep desain yang mampu mewakili karakter produk serta menarik perhatian konsumen. Elemen visual seperti warna, tipografi, dan logo menjadi penentu dalam pembentukan brand image. Penerapan desain kemasan yang tepat dapat mempermudah konsumen dalam mengenali, menggunakan, dan menyimpan produk dan menambah nilai jual produk (5).

Pengabdian ini dilaksanakan sebagai upaya menjawab permasalahan yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM, terutama dalam hal pengelolaan identitas produk melalui penggunaan label. Selama ini, label sering dianggap hanya sebagai pelengkap pada kemasan, namun sebenarnya label memiliki peran yang penting dalam menyampaikan informasi produk, membangun citra, serta membedakan produk di tengah persaingan pasar yang semakin ketat (6,7). Oleh karena itu, tujuan dari kegiatan ini adalah untuk membantu mitra UMKM memahami pentingnya pelabelan yang baik, bukan hanya dari sisi tampilan visual, tetapi juga dari segi fungsi, legalitas, dan strategi branding (8).

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif, dengan melibatkan UMKM secara langsung dalam setiap tahapannya. Hal ini dilakukan agar solusi yang ditawarkan benar-benar menjawab kebutuhan nyata di lapangan. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan:

1. Persiapan

Tim pengabdian melakukan koordinasi awal dengan mitra UMKM basreng di Desa Pangebatan untuk menggali informasi mengenai kondisi usaha, permasalahan yang dihadapi, dan kebutuhan terkait *labeling* produk.

2. Pelaksanaan, Tahapan ini meliputi:

- a. Wawancara dan Diskusi: dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman pelaku usaha mengenai fungsi label.
- b. Edukasi dan Sosialisasi: memberikan penjelasan tentang manfaat label, unsur-unsur yang harus dicantumkan, serta kaitannya dengan regulasi pangan.
- c. Praktik Pembuatan Label: mendampingi mitra dalam mendesain label yang menarik dan sesuai standar.

3. Monitoring dan Evaluasi

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan lanjutan untuk memastikan bahwa mitra benar-benar memahami dan dapat mengaplikasikan label tersebut pada produk yang dipasarkan. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan, baik dari segi pengetahuan maupun penerapan langsung.

Secara keseluruhan, metode yang digunakan dalam kegiatan ini cukup efektif karena bisa langsung menysasar pada kebutuhan mitra. Diharapkan dari kegiatan ini, mitra tidak hanya mendapatkan ilmu, tetapi juga mengalami perubahan nyata dalam pengelolaan usahanya, mulai dari pengemasan, promosi, hingga peningkatan daya saing di pasar lokal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil wawancara yang dilakukan, diketahui bahwa mitra menjalankan usaha makanan ringan dengan berbagai varian, salah satunya adalah basreng. Produk ini dipasarkan dengan harga yang terjangkau dan umum dijual di warung serta kantin sekolah. Meskipun permintaan produk cukup stabil, kemasan produk yang digunakan masih sangat sederhana, hanya menggunakan plastik polos tanpa label. Hal ini membuat tampilan produk kurang menarik dan tidak memiliki ciri khas yang bisa membedakan dari produk sejenis di pasaran.

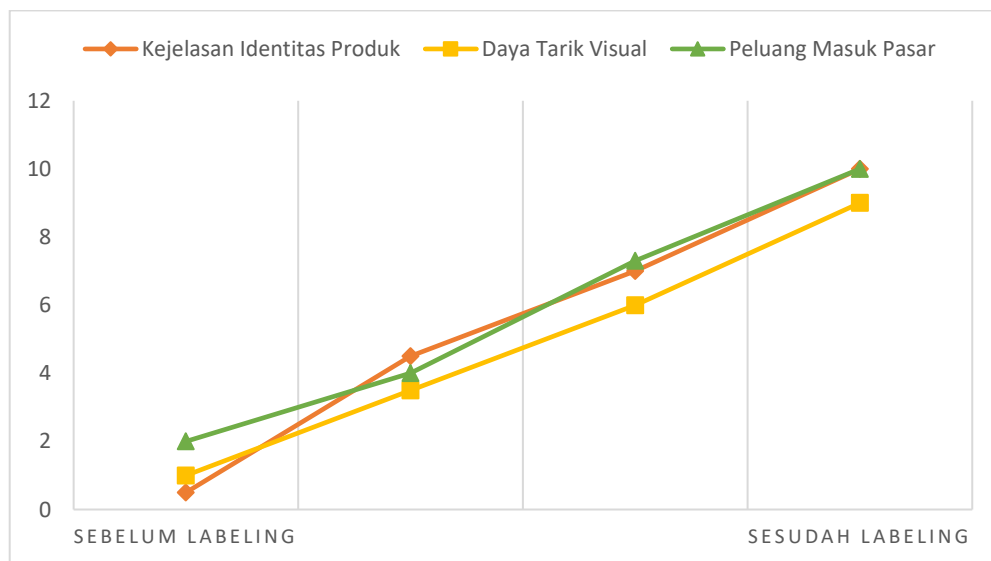
Melalui kegiatan pengabdian ini, mitra mulai memahami pentingnya identitas visual dalam usaha terutama pada penggunaan label pada kemasan. Label ternyata bukan hanya sekedar pemanis tampilan, tapi juga bisa memberikan kesan profesional dan meningkatkan kepercayaan dari konsumen. Dari pelatihan tersebut, mitra jadi lebih terbuka bahwa kemasan yang menarik dan informatif bisa memberikan nilai tambah pada produk dan menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran.

Selama proses pendampingan, tim juga memberikan beberapa contoh desain label dari berbagai produk UMKM lain sebagai referensi. Hal ini cukup membantu mitra dalam memahami elemen penting yang perlu dicantumkan pada label. Dengan pemahaman ini, mitra menjadi lebih percaya diri dalam mengembangkan desain label yang sesuai karakter produk mereka, seperti tampak pada Gambar 1



Gambar 1. Hasil pembuatan label untuk produk

Selain peningkatan pemahaman, dampak nyata juga terlihat dari adanya desain label baru yang lebih menarik, informatif, dan sesuai standar. Produk yang sebelumnya hanya dikemas sederhana kini memiliki identitas yang jelas sehingga lebih mudah dikenali konsumen. Penerapan label ini juga meningkatkan kepercayaan diri mitra dalam memasarkan produknya, baik di lingkungan desa maupun ke pasar yang lebih luas.



Gambar 2. Perbandingan Dampak Labeling Terhadap Produk UMKM Basreng

Pada Gambar 2 menunjukkan adanya peningkatan yang cukup terlihat pada beberapa aspek penting, seperti identitas produk yang lebih jelas, tampilan visual yang lebih menarik dan peluang untuk masuk ke pasar yang lebih luas. Sebelum adanya label, produk masih terlihat biasa saja dan kurang menonjol, namun setelah pemakaian label produk menjadi lebih mudah di kenali. Ini membuktikan bahwa pemberian label meskipun sederhana, ternyata bisa berdampak besar terhadap perkembangan usaha, khususnya dalam hal pemasaran dan daya tarik produk.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif tidak hanya pada aspek estetika produk, tetapi juga pada peningkatan kesadaran mitra terhadap bagaimana pentingnya strategi pemasaran visual. Diharapkan ke depannya mitra dapat terus mengembangkan usahanya dengan pendekatan yang lebih profesional dan adaptif terhadap kebutuhan pasar.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada salah satu UMKM basreng di Desa Pangebatan berhasil meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM mengenai pentingnya labeling produk. Mitra tidak hanya memahami fungsi label sebagai identitas, tetapi juga menyadari perannya dalam membangun citra, meningkatkan daya saing, dan menarik minat konsumen.

Saran ke depan, pendampingan semacam ini perlu diperluas kepada UMKM lain di desa agar semakin banyak pelaku usaha yang memahami pentingnya label. Selain itu, perlu adanya pelatihan lanjutan mengenai aspek legalitas dan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan produk UMKM di pasaran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Peradaban yang telah memberikan pendampingan dalam kegiatan PKM ini. Serta terima kasih kepada mitra UMKM basreng di Desa Pangebatan, yang telah bersedia bekerja sama, terbuka terhadap inovasi, dan berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Tanpa kerja sama dan antusiasme dari mitra, kegiatan ini tidak akan dapat berjalan secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

1. Agustina M, Sahfitri V, Agustini EP. PENYULUHAN DAN PELATIHAN PENINGKATAN KUALITAS LABELING, PACKAGING DAN MARKETING PRODUK PADA UMKM DESA SUKA NEGERI. 2023;2(9):6383–8.
2. Utami RH. Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Berlabel Halal. BMAJ Bus Manag Anal J. 2019;2(1):68–77.
3. Mufida Z, Wahyudi C, Susilawati AD, Yunita EA, Amalia MR, Sulistyani T, et al. Sosialisasi Pembuatan Labeling Produk dan Strategi Marketing Pada UMKM Desa Taraban Paguyangan Brebes. Lentera Pengabd. 2025;3(02):198–205.
4. Maharani AA, Zulfatudzahiyah A, Ambarsari LS. Pemberdayaan UMKM Kripik Tempe Melalui Optimalisasi Label dan Platform Shopee. 2025;6(1):710–7.
5. Sucihati RN, Suprianto S, Sutanty M, Haryadi W, Ismawati I. PENYULUHAN DAN PELATIHAN LABELING, PACKAGING DAN MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM DI KABUPATEN SUMBAWA. JPML [Internet]. 2023 Jun.26 [cited 2025 Oct.30];4(2):277–82. Available from: <https://e-journalppmunsa.ac.id/index.php/jpml/article/view/820>
6. Prayudhi LA, Zamrodah Y, Suryanto TLM. Pelatihan Labelling dan Packaging untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM di Desa Ngadipuro. Science Contribution to Society Journal [Internet]. 2024 Dec 10;4(2):30–5. Available from: <https://doi.org/10.35457/scs.v4i2.4090>
7. Hasriani N, Arwati S. Pelatihan Packaging, Labeling Dan Pemasaran Online Komoditas Tomat Buah Bagi Petani Di Desa Bontotangga Kecamatan Bontolempangan Kabupaten Gowa. Jurnal Abdimas Indonesia [Internet]. 2022 Dec 15;2(4):555–62. Available from: <https://doi.org/10.53769/jai.v2i4.355>
8. Irrubai ML. Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga. SOSIO DIDAKTIKA Social Science Education Journal [Internet]. 2016 Dec 27;3(1):17–26. Available from: <https://doi.org/10.15408/sd.v3i1.3794>