

Peranan Merek (*Labeling*) Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Olahan Instan Jahe UMKM Desa Enu Kecamatan Sindue Kabupaten Donggala

Wayan Ayu Diana Lestari¹, Jurana Jurana², Nur Riski Islianty³
Universitas Tadulako

E-mail : wayanayudianalestari@gmail.com

Abstract. For this, the author contributes a small amount of effort and thought to help small businesses survive and grow in all kinds of situations. UMKM Magrove village enu, instant ginger is a food product in the form of powder, ginger instant drinks are used to create efficient products and have many health benefits that are liked by all groups ranging from children to adults because it is very easy to serve and can also be drunk for the elderly, young or even small children. The function of making labels or signs aims to improve products to be better known and easier to find by people. Innovation is able to provide positive value for MSME players. Attractive labeling can be the identity of MSMEs Magrove Enu Village. With an attractive label that can increase consumer interest. Consumers are more interested in labels than products that do not have labels. The label is able to become an identity and will be entered in the consumer's memory, this greatly affects the consumer if the consumer intends to buy again.

Keywords: UMKM, Labeling, Magrove Enu

Abstrak. Penulis menyumbangkan sedikit usaha dan pemikiran untuk membantu usaha kecil bertahan dan tumbuh dalam segala situasi. UMKM Desa Magrove enu, jahe instan merupakan produk makanan dalam bentuk bubuk, minuman jahe instan digunakan untuk menciptakan produk yang hemat dan memiliki banyak manfaat kesehatan yang disukai oleh semua kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa karena sangat mudah disajikan dan bisa juga diminum untuk orang tua, muda atau bahkan anak kecil. penulis berusaha memberikan solusi dan inovasi untuk meningkatkan penjualan dan mengembangkan produk UMKM Magrove di era teknologi yang berkembang. Penulis mencoba membuat label baru untuk UKM jahe instan. Dengan label yang menarik dapat meningkatkan minat konsumen. Konsumen lebih tertarik dengan label daripada produk yang tidak memiliki label. Label mampu menjadi identitas dan akan masuk dalam ingatan konsumen, hal ini sangat mempengaruhi konsumen jika konsumen berniat untuk membeli kembali.

Kata Kunci : UMKM, Labeling, Mangrove Enu

1. PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya jumlah usaha mikro dan kecil, maka semakin meningkatkan persaingan diantara usaha itu sendiri, oleh karena itu pengusaha perlu meningkatkan daya saing produknya. Salah satu cara yang bisa dilakukan pengusaha adalah dengan branding atau membangun merek (Fitriani, 2014). Terkait dengan produk, maka yang dimaksud dengan branding adalah cara mengenalkan produk kepada konsumen;Sebagian konsumen biasanya tertarik memilih produk yang memiliki kemasan,merek yang unik dan menarik. Jika konsumen tertarik dengan

kemasan suatu produk, tentunya bukan hal yang mustahil bagi pengusaha untuk meraih kesuksesan dalam penjualan produknya (Muljani et al., 2020).

UMKM yang dimiliki setiap daerah berbeda salah satunya adalah UMKM Magrove yang berada di Desa Enu Kecamatan Sindue Kabupaten Donggala yang didirikan pada tahun 2020 mereka memiliki anggota yang berjumlah 21 orang dan sekarang yang masih bertahan untuk meneruskan kelompok UMKM Mangrove untuk mengelola produk salah satunya adalah minum dan sekarang yang tersisa berjumlah 8 orang kelompok magrove memiliki 4 produk salah satunya Instan Jahe. Pertama kali dibantu oleh Yayasan Sheep dengan memberikan modal terhadap kelompok UMKM Mangrove. Untuk ini, penulis memberikan kontribusi kecil dari tenaga dan pemikiran untuk membantu bisnis kecil tetap lebih dan tumbuh dalam semua jenis situasi. UMKM Magrove Desa Enu, instan jahe adalah produk pangan yang berbentuk serbuk, minuman instan jahe dimanfaatkan untuk menciptakan produk efisien dan banyak manfaat bagi kesehatan tubuh yang disukai oleh semua kelompok mulai dari anak-anak hingga orang dewasa karena sangat mudah proses penyajiannya dan juga dapat diminum bagi kalangan orang tua, muda atau bahkan anak kecil. juga dapat digunakan sebagai hidangan dan souvenir yang menyertainya. Dalam mendapatkan bahan baku Instan jahe UMKM Magrove membeli jahe di Desa Enu dusun 4 sehingga bukan menjadi hambatan untuk para pelaku usaha UMKM Magrove tetapi ibu-ibu UMKM Magrove sudah mengelola jahe sendiri yang mereka tanam dilahan mereka di Desa Enu Kecamatan Sindue Kabupaten Donggala.

Label produk yang merupakan identitas dari sebuah produk yang akan di pasarkan. Dengan adanya label produk pada kemasan produk menjadi penguat branding serta mempermudah konsumen dalam memilih produk yang akan di belinya. Dalam label yang terdapat dalam kemasan produk menyajikan informasi berupa brand, komposisi, legalitas, fungsi dan petunjuk produk (Herudiansyah, Candra, & Pahlevi, 2019).

Dari uraian di atas diketahui bahwa seringkali pelaku usaha mikro dan kecil, belum menyadari pentingnya merek (labeling) bagi pengembangan usaha dan peningkatan daya saing produknya. Dalam Usaha UMKM Magrove dihadapkan dengan berbagai macam kendala salah satunya adalah dalam pembuatan label. dimana label produk instan jahe yang sebelumnya kurang menarik dimata konsumen.

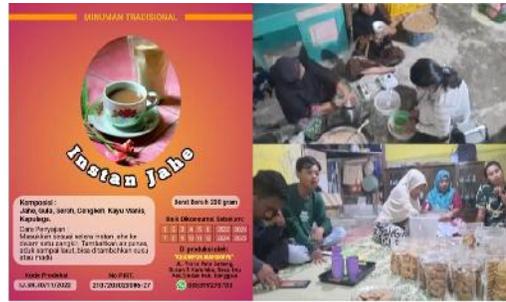
2. BAHAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian ini dilakukan selama kurang lebih 5 bulan dilakukan pada bulan September sampai dengan Januari 2022. Pengabdian ini lakukan di UMKM Magrove Desa Enu Kecamatan sindue Kabupaten Donggala. Ada beberapa tahap yang dilakukan dalam kegiatan ini yaitu: tahap kegiatan, tahap analisis permasalahan, tahap perencanaan dan tahap pengembangan

produk. Tahap survei Pada tahap ini melakukan survei lokasi UMKM Magrove untuk melakukan pengabdian masyarakat Tahap analisis permasalahan Setelah survei tempat UMKM pengabdian masyarakat, kami berusaha menganalisis permasalahan yang pokok pada UMKM Magrove Desa Enu Kecamatan Sindue Kabupaten Donggala. Tahap perencanaan Dari permasalahan yang ditemukan pada UMKM Magrove Kecamatan Sindue kabupaten Donggala, penulis berusaha untuk memberikan solusi dan inovasi untuk meningkatkan penjualan dan berkembangnya produk UMKM Magrove di masa Teknologi yang berkembang. Penulis mencoba untuk membuat labeling baru UMKM instan jahe. Tahap pengembangan produk/Inovasi Pengembangan produk UMKM dilakukan dengan cara pemberian inovasi, Inovasi yang kami lakukan adalah membuat label baru pada kemasan yang lebih menarik dari sebelumnya untuk menarik konsumen. Kegiatan program kerja merupakan pengabdian masyarakat yang dilakukan dengan tujuan memasarkan produk olahan makanan dan minuman UMKM Magrove Desa Enu Kegiatan ini dilakukan dengan melakukan pendampingan manajemen usaha yaitu strategi pemasaran produk, serta membantu membuat labeling yang menarik. Secara umum dalam aspek mutu atau kualitas terutama dalam hal strategi branding (labeling dan packaging) dan teknis-teknis marketing hanya sedikit yang mengalami peningkatan. Hal ini tak lepas dari ketidakmaksimalan pelaku UMKM untuk memperhatikan branding maupun teknis- teknis marketing produk yang dihasilkan tersebut. Labeling yang secara langsung menjadi penampilan produk merupakan identitas produk tersebut sehingga pengelolaan penampilan menjadi salah satu aspek penting yang harus diperhatikan oleh pelaku industri UMKM, karena lima detik pandangan pertama sangat menentukan pilihan para konsumen sehingga penampilan sangatlah penting artinya bagi konsumen di pasaran. Melihat pentingnya pengelolaan penampilan produk dan teknis-teknis pemasaran, maka perlu adanya dampingan bagi para pelaku usaha industri UMKM baik dari perguruan tinggi dalam rangka meningkatkan penghasilannya. Demikian juga halnya bagi para pelaku usaha industri UMKM Magrove Desa Enu Kecamatan Sindue Kabupaten Donggala namun kualitas produknya dari sisi penampilan baik label dan kemasan masih tergolong tradisional sehingga perlu adanya dampingan dalam rangka meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kami Mahasiswa Membangun Desa memberikan solusi terbaik untuk membantu ibu-ibu UMKM Magrove. Mahasiswa membangun Desa membantu ibu-ibu UMKM Magrove untuk membuatkan label baru dan membantu packing produk supaya terlihat lebih menarik dimata konsumen.



Gambar 1 Proses Pelabelan

Kami juga membantu memasarkan serta memperkenalkan produk UMKM Magrove melalui brosur yang kami bagikan lewat kegiatan gabungan bersama mahasiswa kewirausahaan dilapangan vatulemo kota palu agar olahan makanan dan minuman UMKM Magrove ini lebih banyak dikenal dan disukai oleh masyarakat.

Berdasarkan tahapan-tahapan kegiatan yang sudah dilakukan, penulis memberikan inovasi-inovasi yang dibutuhkan oleh UMKM Magrove Desa Enu Kecamatan sindue Kabupaten Donggala Produk Sebelum labeling dan inovasi pengembangan inovasi labeling pada produk mengakibatkan kemasan menjadi kurang menarik untuk dipasarkan. Keberadaan ini membutuhkan inovasi terhadap produk yang ada. Peran inovasi baru mampu untuk meningkatkan ketertarikan konsumen dan mencari pangsa pasar baru (Fauzi, 2020). Dari hasil pengamatan kami konsumen yang datang untuk membeli kebanyakan masyarakat luar lokasi Desa Enu.

Penulis memiliki inovasi untuk melakukan labeling yang ditempelkan pada setiap kemasan. Stiker label warna yang lebih menarik dan memiliki ukuran yang lebih besar. Label perekat diri berbentuk persegi panjang dengan warna dasar ungu dan dikombinasikan dengan oranye dan berisi informasi, termasuk nama bermerek, slogan produk dan nomor telepon yang dapat dihubungi jika Anda ingin melakukan pemesanan. Fungsi membuat label atau tanda bertujuan untuk meningkatkan produk untuk lebih dikenal dan lebih mudah untuk ditemukan oleh orang. Inovasi mampu memberikan nilai positif bagi pemain UMKM. Pelabelan yang menarik dapat menjadi identitas UMKM Magrove Desa Enu

Dengan adanya label yang menarik yang mampu meningkatkan minat konsumen. Konsumen lebih tertarik pada label dari pada produk yang tidak memiliki label. Label mampu menjadi identitas dan akan dimasukkan dalam ingatan konsumen, ini sangat mempengaruhi konsumen jika konsumen berniat untuk membeli kembali (Ananta dan Kadi, 2020). UMKM memiliki peran penting sebagai sarana untuk mengangkat masyarakat kecil keluar dari kemiskinan menjadi motor penggerak perekonomian, terutama pasca krisis ekonomi (Ananta dan Kadi, 2020). Memberikan program kegiatan pengabdian masyarakat melalui pembuatan logo dan pelabelan produk sebagai bentuk promosi penjualan produk minuman tradisional di UMKM (Dewi et al., 2022)

Dalam pelabelan produk desain labeling sebelumnya ibu-ibu Mangrove sudah membuat label penulis hanya membantu memperbaiki label. Oleh karena itu Penulis membuat label warna yang lebih menarik dan memiliki ukuran yang lebih besar. Pembuatan label sangat dianjurkan dalam suatu produk selain meningkatkan konsumen untuk membeli suatu produk tersebut, juga menghindari terjadinya kesalahan dalam pembelian. mengingat banyak sekali produk yang sama dijual misalnya saja produk instan jahe .hampir semua UMKM membuat instan jahe, tentu ini akan membuat konsumen kebingungan dalam memilih instan jahe yang akan dibeli, Maka, dengan melihat label yang menarik mungkin dapat menarik perhatian konsumen. Labeling memiliki perekat diri berbentuk persegi panjang dengan warna dasar ungu dan dikombinasikan dengan oranye dan berisi informasi, termasuk nama bermerek, slogan produk dan nomor telepon yang dapat dihubungi jika Anda ingin melakukan pemesanan. Selain pelabelan, pengembangan juga dilakukan dalam hal media pemasaran. Pengembangan media pemasaran dilakukan dengan menambahkan media pemasaran online.



Gambar 2 Hasil Sebelum dan Sesudah Labeling

4. KESIMPULAN

Hasil dari pengabdian masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa implementasi kegiatan layanan telah membantu pelaku UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan tentang labeling terhadap produk UMKM Mangrove Desa Enu Kabupaten Donggala. Keterlibatan kebijakan kegiatan ini adalah kebutuhan untuk memodifikasi Labeling perusahaan/ industri untuk membuat perubahan baik dari segi bahan maupun desain. Kegiatan ini terbatas pada pelaku UMKM, diharapkan dapat dilakukan kepada para pelaku usaha secara lebih luas.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada Banyak pihak yang ikut serta membantu, serta memberikan semangat selama proses pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat. Terimakasih kepada yang terhormat:

1. Harnida Wahyuni Adda, SE., MA., PhD. Selaku Ketua Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univerntas Tadulako
2. Dr. Juliana Kadang, SE, MM selaku ketua kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako
3. Dr. Jurana N.S,SE.MSA selaku dosen pembimbing lapangan
4. Kepada orang tua yang selalu memberikan semangat
5. Ibu – ibu UMKM Mangrove Desa Enu.
6. Teman-teman yang selalu memberikan banyak dukungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananta Fauzi, R., dan Ula. (2022). Labeling Dan Packaging Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Keripik Tempe Barokah Desa Garon Balerejo Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 50–59.
- Dewi, E. K., Hayati, D., Ananda, N., & Rini, M. W. program kegiatan pengabdian masyarakat melalui pembuatan logo dan pelabelan produk sebagai bentuk promosi penjualan produk minuman tradisional di U. (2022). Making Product Logo and Labeling As Sales Promotion on MSME Traditional Drink “MF” Jakarta Selatan. *Mattawang: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 302–306.
- Herudiansyah, Gumar, Mster Candra dan Rizal Pahlevi. (2019). Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Dan Pajak Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm) Desa Tebedak Ii Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Suluh Abdi: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 84–89.
- Kimber, Louw. (2017). Pengaruh Pengemasan dan Pelabelan Pada Produk Makanan Khas Daerah Pekalongan. *Jurnal bisnis dan manajemen*, 17 (1), 1-10.
- L. D. K. (2022). Pendampingan Umkm Penjual Kripik Kremes Dan Wingko Untuk Meningkatkan Penjualan Melalui Merk, Label Dan Kemasan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(5), 5–9..
- Muljani, N., Arini, Suhartatik, A., Lindawati, T., & Nagel, P. J. F. (2020). Pentingnya merek dan kemasan untuk meningkatkan daya saing produk dari usaha mikro dan kecil. *PeKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 53–65.
- Rodriguez. (2018). Inovasi Kemasan atau pengemasan Potensi Kembangkan Produk Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Banjarnegara. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 52 (11), 54-67.