

Label Sederhana Dan Kemasan Untuk Pengembangan Bisnis Umkm Sektor Makanan Di Era Digital Dalam Rangka Peningkatan Pendapatan UMKM Kedu Emas Di Kecamatan Kelapa Dua Kabupaten Tangerang Provinsi Banten

Sugiyarto¹, Riki Rikardo², Dede Kurniawan³, Eneng Maesaroh⁴, Yayan Sudaryana⁵, Sri Retnaning Sampurnaningsih⁶

Program Studi Magister Manajemen, Program Pasca Sarjana, Universitas Pamulang
Sugi_160679@yahoo.com¹, felicia.cia2011@gmail.com², Bykurniawann@gmail.com³
ibunegara020283@gmail.com⁴, dosen.00497@unpam.ac.id⁵, dosen01366@unpam.ac.id⁶

ABSTRAK - Pengabdian kepada masyarakat bertajuk Label dan Kemasan Sederhana untuk pengembangan usaha UMKM sektor pangan di era digital guna meningkatkan pendapatan UMKM Kedu eMas di Kecamatan Kelapa Dua Kabupaten Tangerang Provinsi Banten. Tujuan utama dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan edukasi pembuatan label dan kemasan sederhana yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan sehingga pendapatan anggota UMKM juga meningkat. Metode yang digunakan adalah metode survey dan penyampaian materi secara langsung serta simulasi dan diskusi mengenai digital marketing dan pembuatan label sederhana untuk menambah pendapatan, serta pembuatan foto produk yang nantinya digunakan untuk pembuatan e-katalog pada UMKM eMas Kedu.

Kata Kunci: Label sederhana; Pengelolaan; UMKM Kedu eMas

ABSTRACT - This community service is entitled simple labels and packaging for the development of food sector MSME businesses in the digital era in order to increase the income of Kedu eMas MSMEs in Kelapa Dua District, Tangerang Regency, Banten Province. The main objective of this community service activity is to provide education on making simple labels and packaging which aims to increase sales so that the income of MSME members will also increase. The methods used are survey methods and direct delivery of material as well as simulations and discussions regarding digital marketing and making simple labels to increase income, as well as making product photos which will later be used for making e-catalogues at Kedu eMas MSMEs.

Keywords: Simple label; Management; UMKM Kedu eMas

1. PENDAHULUAN

Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja.

Kategori UMKM pada dasarnya berdasarkan besarnya modal usaha saat pendirian. Bila modal usahanya mencapai maksimal satu milyar rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha), maka dikategorikan kelas Usaha Mikro. Usaha dengan modal usaha lebih dari satu milyar rupiah sampai dengan lima milyar rupiah masuk dalam kelas Usaha Kecil. Usaha dengan modal usaha lebih dari lima milyar rupiah sampai dengan sepuluh milyar rupiah masuk dalam kelas Usaha Menengah. Lebih besar dari ini, maka menjadi kelas Usaha Besar.

Perkembangan Kredit UMKM sendiri terus meningkat dan NPL terus terjaga stabil. Kredit UMKM terus meningkat hingga mencapai Rp1.275,03 triliun atau tumbuh 16,75% (yoy). NPL tetap terjaga pada kisaran 4%, di mana posisi terakhir pada April 2022 NPL tercatat mencapai 4,38%, lebih rendah dibandingkan periode sama tahun lalu yang berada di 4,41% Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia. Di Kabupaten Tangerang, sektor UMKM berperan dalam menyerap tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan

masyarakat. Namun, banyak UMKM yang masih mengalami kendala dalam meningkatkan daya saingnya, salah satunya adalah dalam hal desain label dan kemasan produk.

Di era digital saat ini, konsumen semakin kritis dalam memilih produk. Mereka tidak hanya melihat kualitas produk, tetapi juga desain label dan kemasannya. Label dan kemasan yang menarik dan informatif dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya beli produk.

UMKM Keduamas di Kecamatan Kelapa Dua Kabupaten Tangerang merupakan salah satu sentra industri makanan di Kabupaten Tangerang. Namun, banyak UMKM di KEDU eMAS yang masih menggunakan label dan kemasan yang sederhana dan kurang menarik. Hal ini menyebabkan daya saing mereka rendah dibandingkan dengan UMKM di daerah lain.

2. METODE PELAKSANAAN

Melihat permasalahan yang dihadapi maka langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan ini maka dilakukan bimbingan kepada pelaku UMKM Kedu eMas di Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang tentang bagaimana pentingnya arti sebuah label sederhana dalam produk UMKM. Tanpa adanya label, calon konsumen tidak akan mengenal bahkan mengetahui produk yang dihasilkan oleh UMKM Kedu eMas. Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) akan dilaksanakan di aula kantor Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang. Provinsi Banten pada tanggal 14 Juli 2024. Kegiatan ini akan dibimbing oleh Mahasiswa dan Dosen pengajar dari Universitas Pamulang dengan mengikut sertakan Camat Kelapa Dua beserta jajarannya.

Metode pelatihan yang diterapkan berdasarkan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh anggota UMKM Kedu eMas. Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) akan dilaksanakan di aula kantor Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten pada tanggal 14 bulan Juli 2024, sebagai berikut : Metode Pelatihan.

3. PEMBAHASAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Pertumbuhan UMKM sangat signifikan dalam berbagai aspek, seperti penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Penggunaan teknologi digital membantu UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka. E-commerce, pemasaran digital, dan pembayaran elektronik mempermudah UMKM dalam menjual produk dan jasa mereka. Digitalisasi dalam UMKM memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. UMKM dapat menjual produk mereka melalui platform e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak. Ini memungkinkan mereka untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa harus membuka toko fisik.

Desain label yang sederhana membantu pelanggan untuk dengan mudah memahami informasi penting tentang produk. Penggunaan warna yang konsisten dengan branding dan font yang mudah dibaca meningkatkan keterbacaan dan daya tarik visual. Kesederhanaan desain juga mengurangi biaya produksi label dan mempermudah proses pencetakan. Desain yang estetik dan profesional juga meningkatkan persepsi kualitas produk. Kontak layanan pelanggan yang tercantum memudahkan pelanggan untuk menghubungi UMKM jika ada pertanyaan atau keluhan, yang dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan loyalitas. Informasi produk yang jelas dan lengkap pada label membantu pelanggan membuat keputusan yang tepat dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk. Elemen visual yang menarik dan konsisten dengan identitas merek membantu produk UMKM menonjol di rak-rak toko dan menarik perhatian pelanggan. Warna yang mencolok dan gambar yang relevan dapat menarik minat konsumen, sementara tipografi yang jelas memastikan informasi pada label mudah dibaca.

4. KESIMPULAN

1. Melakukan pendampingan kepada anggota UMKM Kedu eMas untuk melakukan pemasaran dengan e-commerce maupun pemasaran digital sehingga akan meningkatkan pendapatan anggota UMKM.
2. Membuat e-katalog untuk UMKM Kedu eMas yang selanjutnya akan di upload di media sosial yang dimiliki oleh UMKM Kedu eMas sehingga pengunjung sosial media UMKM Kedu eMas akan mudah menemukan produk yang diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Tarmizi (2018) Strategi Pemasaran UMKM: Literature Review, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT 3 (2)*, 191-198
- B Arianto (2020)- Pengembangan UMKM digital di masa pandemi covid-19, *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*
- RJ Naimah, MW Wardhana dkk, (2020) Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM, *Jurnal Impact*
- UU No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah
<https://www.bi.go.id/id/umkm/default.aspx>