

**Prosiding Seminar Nasional Gelar Wicara  
Volume 1, Oktober 2023**

Universitas Mataram, 24 Agustus 2023

**UPAYA PENGEMBANGAN PENGETAHUAN MASYARAKAT TERHADAP LABELING,  
PACKAGING DAN PROMOSI YANG BERBASIS DIGITAL PADA UMKM DI DESA MEKARSARI**

Fadila Listia Riyanti<sup>1</sup>, Eliza Sofiana<sup>2</sup>, Ellyn Mustika Yanti<sup>3</sup>, Masythah Khairiyah Ulfa<sup>4</sup>, Tasqia Dwi Wuryanti<sup>5</sup>, Baiq Hana Sulhia<sup>6</sup>, Echa Salsyabila<sup>7</sup>, I Dewa Made Aditya Prasantasya<sup>8</sup>, Lalu Rizki Aditya Januar<sup>9</sup>, Sachrasdhani Ananta Mujadin<sup>10</sup>

<sup>1</sup>Universitas Mataram, Mataram, Indonesia, <sup>2</sup>Fakultas Pertanian, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia, <sup>3</sup>Fakultas Teknologi Pangan dan Agroindustri, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia, <sup>4</sup>Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia, <sup>5</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia, <sup>6</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia, <sup>7</sup>Fakultas Hukum, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia, <sup>8</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia, <sup>9</sup>Fakultas Teknik Informatika, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia, <sup>10</sup>Fakultas Hukum, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia, <sup>11</sup>Fakultas Hukum, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

Alamat Korespondensi: [fadilalistia@gmail.com](mailto:fadilalistia@gmail.com)

Jalan Majapahit No. 62 Mataram, Nusa Tenggara Barat

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi informasi serta komunikasi semakin pesat sejalan dengan pengguna internet di seluruh dunia. UMKM disebut sebagai roda penggerak pembangunan ekonomi nasional. Permasalahan yang sering dialami oleh pelaku UMKM adalah pemanfaatan media pemasaran yang kurang maksimal. Oleh karena itu, dilakukan perbaikan desain produk dan pemanfaatan media digital. Dengan adanya perbaikan desain produk dapat memperluas jangkauan pasar sehingga meningkatkan penjualan pengusaha. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan berbasis Kuliah Kerja Nyata terdiri dari 2 tahap yaitu tahap perencanaan dan tahap pelaksanaan. Tahap perencanaan dimulai dengan mencari informasi mengenai pengetahuan tentang labeling, packaging dan promosi digital melalui artikel atau jurnal terkait. Selanjutnya dilakukan tahap pelaksanaan diantaranya mengadakan kegiatan sosialisasi untuk menambah pengetahuan tentang labeling, packaging, dan promosi digital. Kegiatan sosialisasi tentang labeling, packaging, dan promosi digital bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang apa itu labeling, packaging, dan promosi digital. Sosialisasi sangat bermanfaat untuk masyarakat Mekarsari karena dapat menambah pengetahuan tentang berbisnis. Bagaimana cara menarik konsumen untuk tetap mengingat dan mengenal produk yang dijual belikan. Upaya pengembangan pengetahuan masyarakat Mekarsari terhadap labeling, packaging dan promosi yang berbasis digital pada UMKM melalui kegiatan sosialisasi. Masyarakat menyadari pentingnya cara mengelola bisnis dengan baik, seperti desain logo menarik dan packaging yang mudah diingat konsumen. Masyarakat juga memperoleh wawasan dan pengetahuan baru bahwa bisnis yang menguntungkan bisa diperoleh dengan biaya produksi yang sedikit menggunakan tata cara berbisnis yang benar.

**Kata kunci:** Desa Mekarsari, Umkm, Promosi Berbasis Digital

### **ABSTRACT**

The development of information and communication technology is increasing rapidly in line with internet users around the world. UMKMs are referred to as the driving wheels of national economic development. The problem that is often experienced by UMKMs is the use of marketing media that is less than optimal. Therefore, product design improvements and digital media utilization were made. Improved product design can expand market reach thereby increasing entrepreneur sales. The method used in carrying out community service activities is based on Real Work Lectures consisting of 2 stages, namely the planning stage and the implementation stage. The planning stage begins with seeking information about knowledge about digital labeling, packaging and promotion through related articles or journals. The next stage of implementation includes holding socialization activities to increase knowledge about labeling, packaging and digital promotion. Outreach activities about labeling, packaging and promotion digital aims to provide knowledge to the public about what digital labeling, packaging, and promotion are. Socialization is very useful for the Mekarsari community because it can increase knowledge about doing business. How to attract consumers to remember and get to know the products being traded. Efforts to develop the knowledge of the Mekarsari community regarding digital-based labeling, packaging and promotion for UMKMs through outreach activities. The community realizes the importance of how to manage a business well, such as attractive logo designs and packaging that consumers can easily remember. The community also gains new insights and knowledge that a profitable business can be obtained with minimal production costs by using the correct business procedures.

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi serta komunikasi semakin pesat sejalan dengan pengguna internet di seluruh dunia yang semakin tinggi, tak terkecuali di Indonesia yang hampir seluruh masyarakat menggunakan internet. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat di era digital ini. Dengan adanya kemajuan teknologi maka ilmu pengetahuan pun lebih luas. Saat ini kemajuan teknologi khususnya internet telah banyak mengalami kemajuan yang luar biasa dan dapat mempengaruhi setiap sector kehidupan.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian terpenting dalam meningkatkan perekonomian suatu negara maupun daerah, tak terkecuali di Indonesia. UMKM disebut sebagai roda penggerak pembangunan ekonomi nasional. Hal ini disebabkan UMKM dapat mengatasi masalah kemiskinan melalui penyerapan tenaga kerja dan pendistribusian hasil pembangunan (Paramita & Surur, 2022).

Kemasan produk merupakan salah satu unsur penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian dan permintaan konsumen akan suatu produk. (Wiguna, 2007) dalam penelitiannya menemukan bahwa kemasan berpengaruh terhadap keputusan membeli pada produk jajan di Kota Gresik. Ini menunjukkan salah satu bukti bahwa kemasan merupakan hal penting yang dapat meningkatkan penjualan dan keberhasilan usaha.

Adapun permasalahan yang sering dialami oleh pelaku UMKM adalah pemanfaatan media pemasaran yang kurang maksimal dan kurang memberikan keuntungan (Consoli & Cesaroni, 2015). Pemasaran yang tergolong konvensional membuat pelaku UMKM kalah saing dengan pelaku usaha besar yang memiliki jaringan pemasaran yang kuat (Paramita & Surur, 2022). Oleh karena itu, perlu dilakukan terobosan dengan memanfaatkan media social sebagai media pemasaran produk. Pemasaran yang dilakukan secara digital (digital marketing) menawarkan banyak potensi untuk pengusaha seperti informasi produk yang ditawarkan, efektif, jangkauan pasar yang luas, dan mempermudah konsumen untuk menentukan pilihan dan transaksi (Paramita & Surur, 2022). Selain itu, adapula permasalahan yang muncul diantaranya kurangnya kemasan produk dan labeling yang kurang kreatif. Kemasan produk merupakan faktor yang paling penting dalam menarik konsumen. Dengan adanya kemasan produk yang menarik maka konsumen akan selalu mengingat dan menganal

produk tersebut.

Oleh karena itu, agar suatu produk dapat tampil menarik dan elegan serta mendapatkan keuntungan yang maksimal, maka terlebih dahulu dilakukan perbaikan disisi desain kemasan produk, merek (labeling) dan promosinya dengan memanfaatkan media digital, sehingga konsumen mudah mengingatnya. Dengan adanya perbaikan desain kemasan produk dan merek (labeling) diharapkan mampu mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk dan dapat memperluas jangkauan pasar sehingga meningkatkan penjualan pengusaha.

Tujuan pelaksanaan kuliah kerja nyata dalam rangka pengabdian kepada masyarakat adalah meningkatkan pemahaman dan pengetahuan khususnya pengusaha UMKM mengenai pentingnya desain kemasan produk sebagai salah satu strategi penjualan dan pentingnya pemanfaatan media digital sebagai media promosi dalam memperluas jangkauan pasar.

### **METODE**

Kegiatan desain produk dan digital marketing dilakukan di Desa Mekarsari Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat pada tanggal 20 Juni 2023 sampai 12 Agustus 2023 yang diikuti oleh semua perwakilan dusun ibu-ibu PKK di desa Mekarsari. Metode pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan berbasis Kuliah Kerja Nyata terdiri dari 2 tahap yaitu tahap perencanaan dan tahap pelaksanaan. Tahap perencanaan dimulai dengan mencari informasi mengenai pengetahuan tentang labeling, packaging dan promosi digital melalui artikel atau jurnal terkait dan mencari narasumber yang memiliki kompeten dalam bidang tersebut. Setelah memperoleh informasi yang cukup, selanjutnya dilakukan tahap pelaksanaan, dimana kegiatan diantaranya mengadakan sosialisasi untuk menambah pengetahuan tentang labeling, packaging, dan promosi digital. Kegiatan ini digunakan

untuk menunjang kesejahteraan masyarakat dalam hal pengembangan potensi dan asset. Kegiatan ini dilakukan melalui inovasi kemasan dan digital marketing yang ditujukan kepada pelaku UMKM.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan sosialisasi tentang labeling, packaging, dan promosi digital bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang apa itu labeling, packaging, dan promosi digital. Pelaksanaan sosialisasi bertempat di Aula Cempaka 1 Karang Kates pada hari Rabu, 12 Juli 2023 yang dihadiri oleh kepala desa beserta staf desa, para kadus, ibu-ibu PKK setiap dusun, dan KKP UIN.



Gambar 1.1 Penyampaian Materi Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi ini dilakukan dalam dua tahap yaitu tahap penyampaian materi dari narasumber (gambar 1). Narasumber yang diundang yaitu Bapak Erwin Irawan, SP. selaku pembisnis muda yang sukses. Penyampaian materi dilakukan dengan cukup sederhana dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan

baik. Pemateri dalam hal ini seperti yang tampak pada gambar 1 menekankan dan memberikan materi pengetahuan tentang pentingnya labeling berupa logo dan kemasan yang dapat menarik perhatian konsumen. Pepatah menyampaikan “dunia tidak selebar daun kelor” tetapi pemateri menyampaikan “daun kelor mendunia”. Artinya segala sesuatu usaha jika dikembangkan dengan serius maka usaha tersebut akan menjadi besar. Contohnya daun kelor bisa dioleh dengan berbagai produk dan sampai saat ini daun kelor yang dulunya tidak dikenal sekarang sudah mendunia, karena ternyata daun kelor sangat bermanfaat bagi Kesehatan.



Gambar 1.2 Sesi Tanya Jawab

Pada gambar 2. Antusias masyarakat dalam mengikuti sosialisasi ini terlihat saat sesi tanya jawab berlangsung dimana ibu-ibu PKK maupun pemuda aktif bertanya dan menyampaikan permasalahan yang dialami untuk keberlanjutan usahanya serta mendapatkan keuntungan yang maksimal dengan biaya produksi yang sekecil-kecilnya. Sosialisasi yang kami adakan sangat bermanfaat untuk masyarakat Mekarsari karena dapat menambah pengetahuan mereka tentang berbisnis. Bagaimana cara menarik konsumen untuk tetap mengingat dan mengenal produk yang dijual belikan. Pada sosialisasi ini masyarakat berlomba-lomba untuk bertanya kepada narasumber selaku pembisnis muda yang sukses untuk memberikan tips sukses dalam berbisnis. Sesi tanya jawab ini dilakukan dengan konsep setiap penanya akan diberikan hadiah. Oleh karena itu, sosialisasi ini berjalan dengan sukses dan antusias masyarakat yang aktif.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Upaya pengembangan pengetahuan masyarakat mekarsari terhadap labeling, packaging dan promosi yang berbasis digital pada suatu UMKM melalui kegiatan sosialisasi yang telah dilaksanakan dapat berjalan lancar sesuai dengan rencana dan jadwal kegiatan yang telah disusun. Hal ini terlihat dari antusias masyarakat dalam mengikuti setiap program yang dilaksanakan serta tanggapan dari aparat desa setempat yang berterimakasih atas program yang telah dilaksanakan. Masyarakat menyadari penting nya bagaimana tata cara mengelola bisnis dengan baik, seperti membuat desain logo yang menarik dan kemasan (packaging) yang mudah di ingat dan dikenal oleh konsumen. Masyarakat juga memperoleh wawasan dan pengetahuan baru bahwa bisnis yang menguntungkan bisa diperoleh dengan biaya produksi yang sedikit apabila menggunakan tata cara berbisnis yang benar.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) atas penyelenggaraan KKN Tematik tema Desa Preneur Universitas Mataram 2023/2024 serta dukungannya dalam berbagai bentuk sehingga kegiatan KKN dapat berjalan dengan baik. Terima kasih kepada Pemerintah daerah Desa Mekarsari, pemuda serta masyarakat Desa Mekarsari atas dukungan, kerja sama, dan partisipasi aktifnya dalam kegiatan KKN ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Consoli & Cesaroni. (2015). Are Small Businnes Reallyable to Take Advantage of Social Media? *Electronic Journal of Knowledge* 13 (4): 257-268.
- Paramita, P. D. & Surur. (2022). Meningkatkan Kualitas Pemasaran UMKM Melalui Inovasi Sosial Media Marketing pada Pelaku Usaha Keripik di Desa Domas. *E-Journal Al- Dzahab* 3 (1): 21-31.
- Puspawati, D. P. H., & Ristanto, R. (2018). Strategi promosi digital untuk pengembangan pariwisata Kota Magelang. *Jurnal Jendela Inovasi Daerah*, 1(2), 1-20.
- Sufaidah, S., Aminah, N., Prasastii, M. A., & Oktavianti, D. (2022). Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan dan Digital Marketing. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 152-156.
- Wiguna, S. P. (2007). Pengaruh Kemasan Produk terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Jajan Khas Kota Gresik. Malang: UIN Malang.