

PERANCANGAN LABEL SEBAGAI SARANA INOVASI DALAM MENUNJANG PEMASARAN PRODUK MADU DI DESA SANGKETAN

LABEL DESIGN AS A MEANS OF INNOVATION IN SUPPORTING THE MARKETING OF HONEY PRODUCTS IN SANGKETAN VILLAGE

Komang Sri Widiantari*, Ni Wayan Ananda Sri Mahadewi

Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar

*Email: widiantari@undiknas.ac.id

(Diterima 16-02-2023; Disetujui 23-03-2023)

ABSTRAK

Madu merupakan salah satu makanan yang bernilai tinggi. Tingginya nilai tersebut dikarenakan madu memiliki nutrisi yang kompleks. Desa Sangketan merupakan salah satu daerah penghasil dan pasar penjualan madu. Maka tak heran, sebagian besar masyarakat di Desa Sangketan memiliki ternak madu di dalam mengembangkan usahanya. Namun dalam pemasaran madu tersebut masih mengalami keterbatasan karena kurangnya promosi dan tidak adanya label pada produk madu. Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan ditemukan bahwa dalam pemasaran produk madu masih belum maksimal. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu menyelesaikan permasalahan dengan melakukan pemasaran produk, khususnya dalam perancangan label madu di Desa Sangketan. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan implementasi. Hasil dari kegiatan ini adalah pemasaran produk madu di Desa Sangketan berjalan maksimal dengan adanya pembuatan label madu.

Kata kunci: madu, label, pemasaran

ABSTRACT

Honey is one of the most valuable foods. High value because honey has complex nutrition. Sangketan Village is one of the honey-producing areas and markets. So it's no wonder, most of the people in Sangketan Village have honey cattle in developing their business. However, honey marketing is still experiencing limitations due to lack of promotion and the absence of labels on honey products. Based on the results of observations that have been made it is known that the marketing of honey products is still not optimal. This community service activity aims to help solve problems by marketing products, especially in designing honey labels in Sangketan Village. The method of implementing community service activities is carried out through three stages, namely preparation, implementation, and implementation. The result of this activity is that the marketing of honey products in Sangketan Village runs optimally with the creation of honey labels.

Keywords: honey, labels, marketing

PENDAHULUAN

Ekonomi merupakan salah satu faktor terpenting yang secara signifikan dapat mempengaruhi kehidupan bermasyarakat di suatu wilayah ataupun negara tertentu. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah bentuk usaha yang dapat membantu mendukung adanya peningkatan perekonomian di Indonesia, dengan kemampuannya menarik tenaga kerja dalam jumlah besar, modal yang terbatas bagi masyarakat serta sistem pengelolaan yang sederhana. Badan Usaha Milik Desa Sangketan, menjalankan fungsinya berupa upaya pendayagunaan potensi yang ada di desa guna meningkatkan taraf hidup masyarakat desa, dimana dalam implementasinya memberikan kontribusi yang besar bagi pembangunan desa sebagai salah satu bentuk pengaplikasian ekonomi kreatif di tingkat desa.

Perkembangan usaha-usaha dari tahun ke tahun kian bertambah banyak jumlahnya. Dalam implementasinya, BUMDES Sanjiwani berperan secara aktif sebagai badan yang mewadahi berbagai macam produk yang telah dihasilkan oleh UMKM yang berada di Desa Sangketan. Perkembangan usaha baru hanya dapat dilihat dari segi kuantitasnya saja, namun dalam aspek mutu atau kualitas terutama dalam hal strategi pemasaran (*labeling*) hanya sedikit yang mengalami peningkatan. Hal ini tidak terlepas dari ketidakmaksimalan pelaku usaha dalam memperhatikan strategi *branding* produk yang dihasilkan tersebut.

Labeling sebagai strategi *branding* tentunya secara langsung mengacu pada tampilan produk yang merepresentasikan identitas produk tersebut sehingga pengelolaan penampilan menjadi salah satu aspek penting yang wajib diperhatikan oleh pelaku UMKM. Hal ini dimaksudkan karena pandangan pertama sangatlah menentukan pilihan konsumen sehingga penampilan sangat penting adanya bagi konsumen di pasaran. Sebelum mengambil keputusan pembelian, konsumen tentunya mempertimbangkan suatu produk berdasarkan informasi yang tertera pada label kemasan. Semakin jelas dan rinci informasi yang diberikan, semakin besar peluang konsumen untuk membeli produk tersebut. Kelengkapan informasi memegang peranan penting dalam menarik konsumen. Melalui label kemasan, peluang meraih kepercayaan konsumen akan semakin terbuka, jika diikuti dengan kepatuhan terhadap standar mutu yang ditetapkan. Melihat pentingnya pengelolaan penampilan produk selain pentingnya peningkatan kualitas, maka perlu adanya pembinaan terkait pembuatan label sebagai sarana penunjang pemasaran produk madu di Desa Sangketan.

Menurut pengamatan mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sangketan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan, pada BUMDES Sanjiwani Desa Sangketan masih kurang maksimal terkait *labeling* sebagai salah satu strategi dalam pemasaran suatu produk. Pembuatan produk madu sebagai salah satu potensi desa yang masuk ke dalam produk BUMDES Sanjiwani masih kurang dalam segi *labeling*. Oleh karena itu, mahasiswa KKN di Desa Sangketan memiliki keinginan untuk membantu melakukan pembaharuan pada strategi pemasaran di BUMDES Sanjiwani Desa Sangketan dengan merancang sekaligus mengedukasi akan pentingnya pembuatan label produk guna meningkatkan penjualan dalam promosinya. Tujuan dari kegiatan ini adalah membantu para pelaku usaha madu di Desa Sangketan agar bisa lebih maksimal dalam menarik minat pelanggan dan terkenal di pasaran.

Berdasarkan analisis situasi tersebut dan dalam rangka membantu masyarakat desa memasarkan produknya melalui *labeling*, maka mahasiswa KKN Desa Sangketan menyelenggarakan kegiatan edukasi yang mana dalam kegiatan tersebut mahasiswa KKN Desa Sangketan mendatangi para pelaku UMKM yang masuk ke dalam daftar BUMDES

Sanjiwani Desa Sangketan. Dalam kegiatan pembinaan ini, masyarakat akan memperkenalkan produk mereka yang nantinya dari mahasiswa KKN Desa Sangketan bisa membantu dalam membuat *labeling* produk sebagai penunjang pemasaran produknya. Kegiatan ini dilakukan kepada masyarakat yang terdaftar di BUMDES Sanjiwani Desa Sangketan yang terletak di Desa Sangketan, Penebel, Tabanan.

Dalam suatu produk label merupakan salah satu elemen terpenting yang harus diperhatikan. Mengingat sebuah label umumnya merupakan etiket (tanda pengenal) yang dicantumkan pada produk yang berfungsi sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen mengenai produk tersebut (Tjiptono, 1997). Sedangkan Kotler (2000) mengasumsikan bahwa label merupakan tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Label bisa hanya mencantumkan merek atau informasi. Selain itu, label juga dapat memuat informasi mengenai komposisi produk, kandungan produk, tanggal kadaluarsa, informasi gizi, serta keterangan legalitas. Singkatnya, pengertian dan fungsi label produk dapat dilihat dari isi label itu sendiri. Di Indonesia, perihal mengenai penyematan label pada suatu produk telah diatur di dalam Undang-undang Nomor 7 tahun 1996 yang isinya mengenai pangan. Label tak hanya sekedar sebagai media penyampai informasi, namun juga berfungsi sebagai iklan dan *branding* sebuah produk.

BUMDES sebagai institusi ekonomi nasional merupakan entitas komersial yang bertujuan terutama untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (produksi dan konsumsi) melalui pelayanan distribusi penyediaan barang dan jasa. Hal ini tercermin dari pemenuhan kebutuhan masyarakat yang tidak memberatkan dan menguntungkan, seperti halnya harga lebih murah dan mudah dijangkau. Dalam hal ini, BUMDES sebagai institusi komersil, tetap memperhatikan efisiensi serta efektivitas dalam kegiatan sektor riil dan lembaga keuangan (berlaku sebagai LKM) (Rahardjo dan Ludigdo, 2006). Masyarakat di Desa Sangketan memiliki beberapa potensi desa yang dapat dipasarkan dan dikembangkan dalam berbagai sektor. Madu merupakan salah satu potensi di Desa Sangketan yang dapat dikembangkan, namun kurangnya *labeling* sebagai penunjang pemasaran di BUMDES Sanjiwani menyebabkan kurang maksimalnya penjualan terhadap madu tersebut.

Dalam menyelenggarakan kegiatan pembinaan terhadap para pelaku UMKM di Desa Sangketan yang terdaftar di BUMDES Sanjiwani adalah untuk membantu masyarakat dalam melakukan penambahan label dari produknya sebagai sarana penunjang pemasaran. Target dalam pengabdian masyarakat ini adalah disamping memberikan pembinaan terhadap masyarakat Desa Sangketan perihal pentingnya *labeling* produk sebagai sarana pemasaran,

tetapi pengabdian ini juga ikut mengajak masyarakat turun langsung dalam melakukan pembuatan label produknya sendiri serta pemasaran di media sosial, agar nantinya dengan adanya label dan media sosial tersebut masyarakat jadi lebih mudah dalam mencari mitra dan memasarkan produknya.

BAHAN DAN METODE



Gambar 1. Diagram Alur Pengabdian

Kegiatan terkait program kerja ini dilaksanakan di Desa Sangketan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan pada salah satu badan usaha milik desa yang mewadahi para pelaku UMKM yaitu BUMDES Sanjiwani. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dari tanggal 23-31 Januari 2023. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui tiga tahapan yaitu dimulai dari persiapan, pelaksanaan, hingga implementasi. Dalam kegiatan pembinaan ini sangat tepat digunakan karena dengan melakukan metode ini, mahasiswa KKN Desa Sangketan dapat turun langsung ke lapangan dengan melihat secara langsung apa saja yang terjadi sebenarnya di lapangan, dan nantinya dapat menemui solusi dari permasalahan tersebut.

Tahapan pertama yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah persiapan. Metode persiapan yaitu dilakukan dengan cara mengumpulkan data langsung dari lapangan. Pada tahap ini, mahasiswa KKN Desa Sangketan turun langsung ke lapangan dan melihat permasalahan yang ada.

Selanjutnya pada tahap kedua yang dilakukan adalah pelaksanaan. Tahap pelaksanaan ini diawali dengan sesi wawancara berupa pendekatan dan pengenalan. Dalam pendekatan dan pengenalan ini, mahasiswa KKN Desa Sangketan memberikan edukasi kepada ketua BUMDES Sanjiwani selaku badan usaha yang mewadahi pelaku UMKM dengan memberikan masukan terkait pentingnya pembuatan label dalam menunjang pemasaran produk sehingga dapat memikat daya tarik pelanggan.

Kemudian, dilanjutkan dengan perancangan label madu yang diawali dari tahap mendesain logo dengan menggunakan perangkat *Adobe Photoshop*, yang selanjutnya dirancang secara keseluruhan dengan melengkapi nama produk, alamat produksi, berat atau isi bersih, nomor perizinan, serta tanggal kadaluarsa. Dengan adanya perancangan label

tentunya akan memudahkan dalam mengidentifikasi produk madu tersebut, dimana memiliki ciri khas tersendiri dalam labelnya sehingga dapat menunjang kualitas suatu produk. Setelah ditinjau lebih lanjut mengenai desain dan disetujui dilanjutkan dengan pencetakan label kemasan.

Tahap akhir yang dicapai dalam kegiatan ini adalah implementasi, dimana mahasiswa KKN Desa Sangketan menyerahkan label madu yang telah dicetak kepada Ketua BUMDES Sanjiwani. Diharapkan dengan adanya label produk tersebut dapat bermanfaat bagi kelangsungan usaha para pelaku UMKM madu. Hasil dari pembuatan label produk sebagai penunjang pemasaran produk di BUMDES Sanjiwani Desa Sangketan tersebut kemudian didokumentasikan sebagai suatu bentuk proses atau kegiatan dalam menyediakan berbagai dokumen dengan memanfaatkan bukti yang akurat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dan pembahasan berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan yaitu masyarakat Desa Sangketan mampu memahami mengenai edukasi oleh mahasiswa KKN Desa Sangketan terkait pentingnya pembuatan label pada produk sebagai penunjang pemasaran produk. Upaya peningkatan pendapatan masyarakat dapat dilaksanakan melalui kegiatan pemberdayaan pada masyarakat yang ditujukan untuk penguatan kelembagaan UMKM dan BUMDES Sanjiwani. Dengan tujuan memperkuat ekonomi yang ada di Desa Sangketan, masyarakat terus melakukan hasil dari potensi di Desa Sangketan ke BUMDES Sanjiwani, namun terkendala oleh kurangnya *labeling* dari produk tersebut sehingga dalam memasarkan produknya belum dapat mencapai hasil yang maksimal. Selain memberikan edukasi, mahasiswa KKN Desa Sangketan juga mengajak secara langsung untuk ikut merancang label produk yang nantinya dapat dipergunakan dalam strategi memasarkan produknya. Tahapan-tahapan yang dilaksanakan selama kegiatan berlangsung adalah melakukan persiapan berupa wawancara mengenai permasalahan apa saja yang terdapat di BUMDES Sanjiwani. Pada tahap ini, mahasiswa turun langsung ke lapangan dalam mengumpulkan informasi-informasi berdasarkan informan yaitu ibu Ketua BUMDES Sanjiwani.

Pada tahap ini, mahasiswa KKN Desa Sangketan memberikan beberapa pertanyaan terhadap masyarakat yang terdaftar di BUMDES Sanjiwani, serta apa saja produk dari masyarakat yang merupakan potensi dari desa yang nantinya akan dibantu untuk pembuatan label produk. Adapun potensi desa yang nantinya akan dibantu dalam perancangan label kemasan ialah madu kekele dan juga madu lebah.



**Gambar 2. Mahasiswa KKN Mengumpulkan Informasi
Terkait Potensi Desa Yang Teradaftar Di BUMDES Sanjiwani**

Pada tahap pelaksanaan, mahasiswa KKN Desa Sangketan turut memberikan edukasi kepada Ketua BUMDES Sanjiwani mengenai pentingnya *labeling* bagi suatu produk. Mengingat label merupakan media pemasaran yang paling dekat dengan konsumen. Dengan penempatan label dapat membantu *brand* untuk memberikan produk berkualitas kepada konsumen. Adanya label kemasan pada suatu produk dapat menjadi penilaian konsumen untuk mengetahui dan menciptakan peluang untuk membeli kembali produk tersebut secara berkelanjutan.



**Gambar 3. Hasil Pelabelan Produk Masyarakat
Dibantu Oleh Mahasiswa KKN Desa Sangketan**

Pada tahap pelaksanaan, mahasiswa KKN Desa Sangketan kemudian juga merancang label produk madu tersebut sesuai arahan yang telah diberikan. Pembuatan label tersebut

dimulai dengan mendesain logo dengan semenarik mungkin, dilanjutkan dengan penambahan komponen label lainnya seperti nama produk, nomor perizinan, alamat produksi, berat bersih, serta tanggal kadaluarsa. Setelah ditinjau lebih lanjut mengenai desain dan disetujui dilanjutkan dengan pencetakan label kemasan.

Tahap akhir dalam kegiatan ini adalah implementasi. Pada tahapan ini, mahasiswa KKN Desa Sangketan menyerahkan hasil program kerja berupa label produk madu yang telah dicetak kepada ibu Ruth Ayu Lista Abhinaya selaku Ketua BUMDES Sanjiwani. Untuk meningkatkan penjualan produk madu, kelompok usaha memutuskan untuk menerapkan strategi promosi sederhana yaitu dengan membuat label dan kemasan yang menarik dan informatif. Setiap label dicantumkan alamat lengkap yang dapat dihubungi. Strategi promosi lainnya adalah dengan bekerja sama dengan instansi-instansi ataupun ikut serta dalam pameran. Dengan adanya label produk yang menarik serta informatif, para pemilik UMKM akan lebih mudah menarik minat beli konsumen sehingga strategi pemasaran produk dapat dikatakan berpengaruh signifikan.



Gambar 4. Mahasiswa KKN Desa Sangketan menyerahkan hasil program kerja berupa cetakan label madu “Sari Waras”

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan, sangat bermanfaat bagi masyarakat Desa Sangketan yang mana masyarakat dapat memanfaatkan label produk tersebut sebagai penunjang pemasaran produknya. Tidak hanya itu, penggunaan label dalam pemasaran juga sangat berperan dalam memberikan ciri khas

tersendiri kepada produk yang dipasarkan. Dimana hal tersebut dapat menjadi keunggulan pada produk, sebab label merupakan pembeda dari kompetitor yang bergerak dalam industri yang sama.

Dari kegiatan yang telah dilaksanakan, hasil yang telah didapatkan disimpulkan bahwa dalam pembinaan yang dilaksanakan tersebut, masyarakat dapat mengetahui pentingnya pembuatan label produk dalam meningkatkan kualitas produknya. Tidak hanya segi rasa, tetapi dari penampilan juga diutamakan. Pembinaan yang diberikan oleh mahasiswa KKN Desa Sangketan ini diharapkan mampu membantu perekonomian masyarakat di Desa Sangketan. Selain itu, respon atau tanggapan para pelaku UMKM terhadap label kemasan yang mahasiswa KKN Desa Sangketan rancang sangatlah baik. Disamping menarik terhadap pemilihan logo dan warna dalam label, juga dipandang kemasan tersebut menjadi lebih menarik untuk menjadi daya pembeda antara satu produk dengan produk madu yang lain.

Diharapkan kedepannya bahwa pemangku kepentingan yang bergelut dalam UMKM hendaknya lebih memperhatikan adanya label kemasan pada suatu produk yang akan diperjualbelikan di kalangan masyarakat umum, seperti halnya pemilihan warna, bentuk dan ukuran tulisan serta pemilihan logo yang tepat. Sebab dari label kemasan tersebut konsumen dapat mengidentifikasi produk yang akan dibeli. Dengan pembuatan label yang menarik tentunya akan menjadi ciri khas tersendiri pada suatu produk, dimana nantinya akan menarik daya beli konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahrudin.A, 2016. Potensi dan Pemasaran Madu. Magister Agribisnis. Universitas Bengkulu.
- Fandy Tjiptono, 1997, Strategi Pemasaran, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Firmansyah, 2006. Analisis Perilaku dan Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Madu dan Produk Pesaingnya Serta Implikasinya Bagi Strategi Pemasaran. Fakultas Teknologi Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2009, Manajemen Pemasaran: Edisi 13, Jilid 1, Erlangga Jakarta.
- Rangkuti, F. 2009. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis: Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Saragih, R. (2017). Membangun usaha kreatif, inovatif dan bermanfaat melalui penerapan kewirausahaan sosial. *Jurnal Kewirausahaan*, 3(2), 26–34.
- Sudarmaji, 2015. Pembuatan Feature Audio Visual Manfaat Madu Sebagai Pengobatan Herbal Tradisional, *Jurnal IKON-Prodi-D3 Komunikasi Masa*. Politeknik Indonesia Surakarta.

- Suherman D, Kadarsih S dan Gusmantoro M.G.2017, Strategi Pemasaran Madu Berdasarkan Karakteristik Konsumen di Kota Bengkulu, *Jurnal Sain Peternakan Indonesia*, 12(2), April-Juni Jurusan Peternakan, Fakultas Pertanian, Universitas Bengkulu.
- Suparjan dan Hempri Suyatno, 2003. Pengembangan Masyarakat dari Pembangunan sampai Pemberdayaan. Penerbit Aditya Media Yogyakarta.
- Swasta B, 2010, Manajemen Penjualan: Pelaksanaan, BPFE, Yogyakarta.
- Tjitradi, Elizabeth Cindy. 2015. Evaluasi dan Perancangan Model Bisnis berdasarkan Bussines Model Bisnis. Jurnal Universitas Petra. Surabaya.