

Pendampingan Pembuatan Label Kemasan pada Produk UMKM Rengginang Putra Kembar Desa Pasirnagara Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis

Ayi Ishak Sholih Muchtar¹, Ai Wina Fitria², Daffa Abdul Aziz³

^{1,2,3}Institut Agama Islam Darussalam (IAID) Ciamis Jawa Barat
Email: ayi.ishaksm@iaid.ac.id

Abstrak. Kajian ini merangkum upaya pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing, meningkatkan kualitas dan daya tarik label kemasan yang pada gilirannya dapat berdampak positif pada pemasaran produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Rengginang Putra Kembar di Desa Pasirnagara. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara dan observasi. Fokus utama program ini adalah pembuatan label kemasan produk sebagai bagian integral dari citra merek dan strategi pemasaran UMKM. Pendampingan label kemasan untuk UMKM adalah suatu proses dimana pihak yang berkompeten atau ahli memberikan bimbingan, pelatihan, atau saran kepada UMKM dalam perancangan, produksi, atau perbaikan label kemasan produk mereka. Hasil penelitian ini bahwa pendampingan pembuatan label kemasan pada produk UMKM Rengginang Putra Kembar telah memberikan manfaat yang nyata bagi UMKM tersebut.

Abstract. This study summarizes community service efforts aimed at increasing competitiveness, improving the quality and attractiveness of packaging labels which in turn can have a positive impact on the marketing of Rengginang Putra Kembar Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) products in Pasirnagara Village. The type of research used is a qualitative method. The data collection techniques used in this research are interviews and observation. The main focus of this program is making product packaging labels as an integral part of the brand image and marketing strategy of MSMEs. Packaging label assistance for MSMEs is a process where competent or expert parties provide guidance, training, or advice to MSMEs in designing, producing, or improving their product packaging labels. The results of this research show that assistance in making packaging labels for Rengginang Putra Kembar MSME products has provided real benefits for these MSMEs.

Keywords: Mentoring, packaging labels, MSMEs

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sektor usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara. UMKM mencakup berbagai jenis usaha yang memiliki skala kecil hingga menengah dalam hal jumlah tenaga kerja, aset, dan omset. UMKM seringkali dianggap sebagai tulang punggung ekonomi karena kontribusinya dalam menciptakan lapangan kerja, menggerakkan ekonomi lokal, dan mempromosikan inovasi. Klasifikasi UMKM dapat berbeda antara negara satu dengan yang lainnya, tetapi biasanya terdiri dari tiga kategori: mikro, kecil, dan menengah.

Desa Pasirnagara, yang terletak di Kecamatan Pamarican, memiliki potensi UMKM yang signifikan akan tetapi tidak adanya data UMKM secara tertulis pada desa tersebut. Pada nyatanya setiap Desa harus memiliki data para pelaku UMKM. Kemudian kami memprioritaskan pada usaha produksi rengginang Putra Kembar.

Adapun masalah yang muncul pada produk UMKM Rengginang Putra Kembar yaitu terhambatnya jangkauan pemasaran dikarenakan tidak ada label kemasan sebagai branding produk tersebut, ketidaksesuaian dengan standar peraturan, atau kurangnya pengetahuan tentang teknik pemasaran melalui label kemasan. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami kendala yang dihadapi oleh UMKM Putra Kembar dalam pembuatan label kemasan produk rengginang mereka, serta mengevaluasi dampak dari pendampingan dalam perbaikan label kemasan terhadap penjualan dan citra produk.

Namun, untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif, penting untuk memberikan perhatian pada aspek branding dan kemasan produk. Label kemasan adalah elemen yang krusial dalam branding produk. Hal ini tidak hanya berperan sebagai identifikasi produk, tetapi juga sebagai alat untuk menarik perhatian konsumen, memberikan informasi produk, dan menciptakan citra yang positif.

Maka alternatif kegiatan yang dipilih dalam permasalahan diatas adalah melakukan pendampingan intensif terhadap UMKM Putra Kembar bertempat di Desa Pasirnagara Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis.

Oleh karena itu, pendampingan dalam pembuatan label kemasan menjadi hal yang penting bagi UMKM, terutama bagi rengginang Putra Kembar untuk meningkatkan daya saing produk rengginang mereka.

Berdasarkan uraian tersebut, yang menjelaskan bahwa pembinaan pembuatan label kemasan memiliki peran yang sangat penting pada jalannya suatu usaha maka penulis melakukan penelitian tentang “Pendampingan

Pembuatan Label Kemasan pada Produk UMKM Rengginang Putra Kembar Desa Pasirnagara Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis”.

KERANGKA KONSEPTUAL

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut UUD 1945 kemudian dikuatkan melalui TAP MPR NO.XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Selanjutnya dibuatlah pengertian UMKM melalui Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1999 dan karena keadaan perkembangan yang semakin dinamis dirubah ke Undang-Undang Nomor 20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah maka pengertian UMKM adalah sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Contoh Usaha Kecil Usaha tani sebagai pemilik tanah perorangan yang memiliki tenaga kerja; Pedagang di pasar grosir (agen) dan pedagang pengumpul lainnya; Pengrajin industri makanan dan minuman, industri mebel kayu dan rotan, industri alat-alat rumah tangga, industri pakaian jadi dan industri kerajinan tangan; Peternakan ayam, itik dan perikanan; Koperasi berskala kecil.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- d. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sekelompok usaha ekonomi yang memiliki ciri-ciri tertentu berdasarkan ukuran, omset, dan karyawan. UMKM sering kali diidentifikasi sebagai usaha dengan skala yang lebih kecil daripada perusahaan besar dan sering kali memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional.

Ukuran kriteria usaha yang dipakai dalam hal ini adalah besarnya modal yang dimiliki. Pasal 6 Undang-Undang UMKM menjelaskan:

- a. Kriteria Usaha Mikro adalah memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).
- b. Kriteria Usaha kecil adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
- c. Kriteria Usaha menengah adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah).

Menurut BAB II Pasal 4 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, Prinsip Pemberdayaan UMKM adalah sebagai berikut:

- a. Penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan UMKM untuk berkarya dengan prakarsa sendiri
- b. Mewujudkan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan.
- c. Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi UMKM.
- d. Peningkatan daya saing UMKM.
- e. Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian, baik pada tingkat lokal maupun nasional. Peran UMKM mencakup berbagai aspek yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi dan perkembangan sosial. Berikut adalah beberapa peran utama UMKM dalam ekonomi:

- a. Penciptaan lapangan kerja, UMKM adalah salah satu sumber utama penciptaan lapangan kerja. Mereka sering kali mempekerjakan sejumlah besar pekerja lokal dan memberikan peluang kerja bagi warga setempat. Ini membantu mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan pendapatan rumah tangga.

- b. Pendorong pertumbuhan ekonomi, UMKM berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan pendapatan, meningkatkan konsumsi, dan memperluas pasar lokal. Ini memberikan dorongan bagi pertumbuhan sektor-sektor lain dalam ekonomi.
- c. Pemberdayaan ekonomi lokal, UMKM sering kali berakar dalam komunitas lokal dan mendukung perekonomian lokal dengan membeli bahan baku dan layanan dari usaha-usaha lokal lainnya. Hal ini memperkuat rantai pasokan dan memberikan keuntungan ekonomi secara keseluruhan pada tingkat daerah.
- d. Inovasi dan kreativitas, UMKM sering kali menjadi pusat inovasi dan kreativitas dalam pengembangan produk dan layanan. Mereka dapat merespons perubahan pasar dengan cepat dan berkontribusi pada beragamnya produk dan layanan yang tersedia di pasar.
- e. Pengurangan ketidaksetaraan ekonomi, UMKM memberikan kesempatan kepada sektor-sektor yang kurang terwakili untuk berpartisipasi dalam ekonomi. Mereka sering melayani segmen pasar yang berbeda dan memiliki peran penting dalam mengurangi ketidaksetaraan ekonomi.

Label Kemasan

Label adalah keterangan yang ada pada kemasan, baik berupa tulisan maupun foto/gambar yang memuat keterangan produk di dalamnya. Label menjadi representasi pemilik produknya. Jadi selain memiliki daya tarik yang kuat, label juga harus bersifat informatif. Hal-hal yang selayaknya ingin diketahui konsumen sebelum memutuskan membeli suatu produk, maka harus dicantumkan pada label. Kekurangan informasi yang tercantum pada label akan menyurutkan keinginan konsumen untuk membelinya, misalnya saat konsumen kesulitan menemukan keterangan tanggal kedaluwarsa atau komposisi.

Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi tentang apa yang ada dalam penjual dan produk itu sendiri. Adapun pengertian label menurut para ahli adalah sebagai berikut :

- a. Menurut Marinus, label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya.
- b. Menurut Kotler, label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Label bisa hanya mencantumkan merek atau informasi.

Adapun fungsi label diantaranya :

- a. Mengidentifikasi produk atau merek
- b. Menggolongkan produk, misal buah dalam kaleng golongan a,b,c.
- c. Menjelaskan beberapa hal mengenai produk
- d. Sebagai alat promosi

Di samping itu pencantuman label banyak dipengaruhi oleh penetapan harga per unit, masa kedaluwarsa, pencantuman besarnya nilai gizi, logo halal, dan PIRT. Sejak lama terdapat persoalan hukum sehubungan dengan label ini. Label bisa saja menyesatkan konsumen atau dapat pula gagal menjelaskan isi produk yang penting atau gagal mencakup peringatan keamanan produk. Akhir-akhir ini praktik pemberian label telah dipengaruhi oleh unit harga (penjelasan harga per unit ukuran standar), pencantuman tanggal (penjelasan batas masa jual produk), dan label gizi (penjelasan nilai gizi). Para penjual harus menjelaskan bahwa label mereka berisi sesuai informasi yang ditulis sebelum memperdagangkan produk-produk baru.

Pendampingan Label Kemasan

Pendampingan label kemasan untuk UMKM adalah suatu proses dimana pihak yang berkompeten atau ahli memberikan bimbingan, pelatihan, atau saran kepada UMKM dalam perancangan, produksi, atau perbaikan label kemasan produk mereka. Tujuan dari pendampingan ini adalah untuk membantu UMKM dalam meningkatkan kualitas dan daya tarik label kemasan mereka, yang pada gilirannya dapat berdampak positif pada pemasaran produk dan citra merk mereka.

Pendampingan label kemasan dapat mencakup beberapa aspek, seperti:

- a. Desain label membantu UMKM dalam merancang label kemasan yang menarik, informatif, dan sesuai dengan merk produk mereka.
- b. Pemilihan bahan dan teknik produksi memberikan panduan tentang pemilihan bahan kemasan yang sesuai dan teknik produksi yang efisien.
- c. Kepatuhan regulasi memastikan bahwa label kemasan memenuhi semua persyaratan regulasi dan standar yang berlaku.
- d. Pemasaran dan branding memberikan saran tentang bagaimana label kemasan dapat digunakan untuk memperkuat identitas merk dan memasarkan produk secara efektif.
- e. Pelatihan pemilik UMKM atau staff mereka tentang manajemen label kemasan dan peran pentingnya dalam pemasaran.

Pendampingan semacam ini dapat membantu UMKM mengatasi tantangan dalam hal label kemasan yang berkualitas rendah atau tidak memadai, yang mungkin telah menjadi hambatan bagi pertumbuhan bisnis mereka.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Penelitian dilakukan di Desa Pasirnagara dengan objek penelitian UMKM Rengginang Putra Kembar. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara dan observasi kepada pelaku UMKM Rengginang Putra Kembar. Sumber data yang digunakan adalah data primer berupa hasil dari wawancara dan observasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Objektif Lokasi Pengabdian

Desa Pasirnagara merupakan salah satu wilayah di Kecamatan Pamarican, Kabupaten Ciamis, pemekaran dari Desa Bantarsari, berdiri sejak tahun 1984, terdiri dari 4 Dusun yang meliputi :

1. Dusun Cilangkap
2. Dusun Pasireungit
3. Dusun Cibuluh
4. Dusun Caringin

Sedangkan jumlah RW sebanyak 8 RW, RT sebanyak 25 RT dan jumlah KK (Kepala Keluarga) 1.169 KK. Jumlah penduduk desa Pasirnagara tercatat 3.250 orang terdiri atas 1.634 orang laki-laki dan 1.616 orang perempuan. Desa Pasirnagara berdasarkan keadaan tofografi termasuk kedalam Perbukitan, dengan ketinggian mencapai 40 meter sampai 70 meter diatas permukaan laut. Perkiraan tipe iklim di Desa Pasirnagara termasuk bertipe agak Kering (D) karena nilai Q berada antara 43,3 % sampai dengan 70 %. Sedangkan suhu di Desa Pasirnagara berkisar antara 27 sampai dengan 41 derajat celcius.

Desa Pasirnagara Kecamatan Pamarican banyak mempunyai Potensi Sumber Daya Alam (SDA) yang bisa dikembangkan dan dapat dijadikan aset yang dapat dimanfaatkan untuk kesejahteraan rakyat. Potensi tersebut, diantaranya :

1. Mempunyai area pesawahan yang produktif.
2. Mempunyai jaringan irigasi yang walaupun belum begitu memadai.
3. Mempunyai akses transportasi yang relatif, walaupun belum memadai.

Dari semenjak dimekarkannya Desa Pasirnagara Tahun 1984, Desa Pasirnagara Kecamatan Pamarican dipimpin oleh seorang petinggi / Kepala Desa yang secara berurutan sebagai berikut:

1. Kh.Aa Hambali, pada tahun 1984 s.d 1989 (Pejabat Kepala Definitif);
2. M Toha, pada tahun 1990 s.d 1998 (Kepala Desa Definitif);
3. Zenal Somadin, pada tahun 2000 s.d 2002 (Pejabat Kepala Desa);
4. Drs. Cece Solahudin, pada tahun 2002 s.d 2007 (Kepala Desa Definitif);
5. Bunyamin, pada tahun 2007 s.d 2008 (Pejabat Kepala Desa);
6. Zenal Somadin, pada tahun 2009 s.d 2014 (Kepala Desa Definitif)
7. Bunyamin, pada tahun 2014 s.d 2016 (Pejabat Kepala Desa);
8. Kusmana, pada tahun 2016 s.d 2022 (Kepala Desa Definitif)
9. Darusman pada tahun 2022 s.d sekarang (Kepala Desa Definitif)

Desa Pasirnagara secara administrasi termasuk wilayah Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis. Jarak dari pusat Desa Pasirnagara ke Kecamatan Pamarican sejauh 12 kilometer, ibukota Kabupaten Ciamis

berjarak 36 kilometer, Ibu kota Propinsi Jawa Barat berjarak 132 kilometer, dan Ibukota Negara berjarak 364 kilometer.

Nama Desa/Kelurahan : PASIRNAGARA
Kecamatan : PAMARICAN
Kabupaten/Kota : CIAMIS
Provinsi : JAWA BARAT
Tahun Pembentukan : 1984
Peta Resmi Wilayah : ADA
Koordinat : 108.480696 LS/LU -7.409321 BT/BB
Luas Wilayah : 590,41 Ha

Desa Pasirnagara terletak diantara batas-batas wilayah administrasi pemerintahan sebagai berikut :

1. Sebelah Utara : Desa Neglasari
2. Sebelah Selatan : Desa Ciparay
3. Sebelah Barat : Desa Bojongmalang
4. Sebelah Timur : Desa Bantarsari

Profil UMKM Rengginang Putra Kembar

Pemilik UMKM Rengginang Putra Kembar adalah Ibu Enok Elin. UMKM ini berawal dari sejak terjadinya covid-19 pada tahun 2020. Adanya UMKM Rengginang Putra Kembar ini bermula dari ide Ibu Enok Elin dan suaminya. Alasan mengapa UMKM ini diberi nama Putra Kembar karena beliau memiliki anak kembar yang keduanya berjenis kelamin laki-laki. Rengginang ini terbuat dari bahan ketan yang disajikan secara khusus, sehingga dapat menjadi bahan utama rengginang itu sendiri. Dan menjadikan produk ini enak dan renyah.

Walaupun UMKM ini produksinya hanya di rumah dan tidak memiliki banyak karyawan hanya segelintir kerabat yang terlibat, namun tidak menutup kemungkinan UMKM ini berkembang. Terbukti dari pemasarannya yang luas hingga produk rengginang yang dihasilkan dapat mencapai luar daerah seperti Tasikmalaya, Pangandaran, Sumatra, Jakarta, dll.

Produk rengginang Putra Kembar ini tidak hanya menjual produk yang sudah siap saji saja, akan tetapi menjual produk setengah jadi pula dikarenakan adanya permintaan dari konsumen supaya meminimalisir adanya kerusakan ketika produk ini dikirimkan.

Permasalahan-permasalahan yang dihadapi masyarakat

Permasalahan-permasalahan yang dihadapi masyarakat Desa Pasirnagara dalam bidang ekonomi khususnya pada UMKM diantaranya tidak maksimalnya branding produk dikarenakan belum adanya label sebagai tanda produk UMKM salah satunya Rengginang Putra Kembar dan tidak adanya data UMKM di Desa Pasirnagara.

1. Perencanaan Kegiatan dan Desain Program

Menindaklanjuti dari permasalahan yang dihadapi diatas telah merencanakan sebuah kegiatan yaitu Pendampingan Pembuatan Label Kemasan pada Produk UMKM Rengginang Putra Kembar.

2. Implementasi Program

Pendampingan Pembuatan Label Kemasan pada produk UMKM Rengginang Putra Kembar telah terlaksana dengan pendampingan secara langsung ke kediaman pelaku UMKM Rengginang tersebut.

3. Evaluasi Program

Evaluasi program dari kegiatan pendampingan ini adalah penilaian terhadap apakah label kemasan yang baru berhasil meningkatkan kualitas dan daya tarik?. Sejauh mana pemilik UMKM telah dapat mengelola label kemasan mereka sendiri setelah pendampingan apakah mereka memiliki kemampuan dan keterampilan yang diperlukan?. Evaluasi ini penting untuk menilai kesuksesan program pendampingan dan untuk membuat keputusan yang lebih baik dalam perencanaan pendampingan selanjutnya.

4. Kelemahan Program

Kelemahan dari program ini adalah pendampingan dilakukan hanya ke beberapa UMKM saja untuk memaksimalkan pendampingan, kemudian meninjau kurangnya SDM dari pihak yang melakukan pendampingan itu sendiri sehingga tidak bisa mendampingi seluruh UMKM yang ada di Desa Pasirnagara.

5. Tindak Lanjut

Tindak lanjut dari program pendampingan pembuatan label kemasan terhadap produk UMKM Rengginang Putra Kembar yaitu membantu UMKM untuk memahami dan memanfaatkan potensi pemasaran online seperti media sosial baik WhatsApp, Instragram, dan Facebook. Dan memastikan bahwa perubahan pada label kemasan tetap berkelanjutan serta pemilik UMKM dapat mempertahankannya.

KESIMPULAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sekelompok usaha ekonomi yang memiliki ciri-ciri tertentu berdasarkan ukuran, omset, dan karyawan. UMKM sering kali diidentifikasi sebagai usaha dengan skala yang lebih kecil daripada perusahaan besar dan sering kali memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional. Label adalah keterangan yang ada pada kemasan, baik berupa tulisan maupun foto/gambar yang memuat keterangan produk di dalamnya. Label menjadi representasi pemilik produknya. Jadi selain memiliki daya tarik yang kuat, label juga harus bersifat informatif. Hal-hal yang selayaknya ingin diketahui konsumen sebelum memutuskan membeli suatu produk, maka harus dicantumkan pada label.

Namun, untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif, penting untuk memberikan perhatian pada aspek branding dan kemasan produk. Label kemasan adalah elemen yang krusial dalam branding produk. Hal ini tidak hanya berperan sebagai identifikasi produk, tetapi juga sebagai alat untuk menarik perhatian konsumen, memberikan informasi produk, dan menciptakan citra yang positif. Pendampingan label kemasan untuk UMKM adalah suatu proses dimana pihak yang berkompeten atau ahli memberikan bimbingan, pelatihan, atau saran kepada UMKM dalam perancangan, produksi, atau perbaikan label kemasan produk mereka. Tujuan dari pendampingan ini adalah untuk membantu UMKM dalam meningkatkan kualitas dan daya tarik label kemasan mereka, yang pada gilirannya dapat berdampak positif pada pemasaran produk dan citra merk mereka. Pendampingan pembuatan label kemasan pada produk UMKM Rengginang Putra Kembar telah memberikan manfaat yang nyata bagi UMKM tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Janrianti, R. (2019). *Pengemasan Dan Pelabelan Pangan*. Malang: Ae Publishing.
- Ni Made Ayu Gemuh Rasa Astiti, A. A. (2023). *Pentingnya Kemasan Dalam Pemasaran Produk*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Kementerian Koperasi Dan Ukm Republik Indonesia. (2021). "Panduan Umum Definisi Ukm."
- World Bank. (2020). "The Role Of Small And Medium-Sized Enterprises In Economic Development."
- Asian Development Bank. (2018). "Challenges And Opportunities For Micro, Small, And Medium-Sized Enterprises."
- Sagita, L. &. (2019). Pelatihan Pembuatan Desain Dan Label Produk Lurik-Kulit Di Panggunharjo Bantul. *Jurnal Abdimas Dewantara*, 115-199.
- Susantri, Y. R. (2018). Pencantuman Informasi Pada Label Produk Kosmetik Oleh Pelaku Usaha Dikaitkan Dengan Hak Konsumen. *Syah Kuala Law Journal*, 113-131.
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Ukm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109-120.
- Lathifah Hanim, M. N. (2018). *Ukm (Usaha Mikro, Kecil & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha*. Semarang: Unissula Press.
- Putu Krisna Adwitya Sanjaya, I. P. (2021). *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha*. Gowa: Cv Cahaya Bintang Cemerlang.