

Available online at www.jurnal.abulyatama.ac.id/abdimas
ISSN 2474-1845 (Online)

Jurnal Abdimas UNAYA

(Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)



PENYULUHAN PELABELAN PRODUK SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI DESA LAMSITEH

Ugahara Ugahara^{*1}, Suryani Suryani¹, Rahmat Fauziansyah¹, Ansari David²

¹Prodi Bahasa Inggris, FKIP, Universitas Abulyatama, Aceh Besar, 23374, Indonesia.

²Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Abulyatama, Aceh Besar, 23374, Indonesia.

*Email korespondensi: ugahara_b.inggris@abulyatama.ac.id¹

Diterima 29 Maret 2026 ; Disetujui 04 April 2026 ; Dipublikasi 04 April 2026

Abstract: *The purpose of this community service activity is to provide understanding to Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) actors about the importance of labels for their local products. Product labels play a crucial role in providing information to consumers, especially as the product identification. Furthermore, product labels can also increase consumer trust in the local products being marketed. However, many MSMEs actors still do not fully understand the function and benefits of product labels as an effort to increase the competitiveness of their local products in the market. This activity used a socialization method implemented through the delivery of materials, discussions, and the offer of free product label designs. Participants in this activity were MSMEs actors in Lamsiteh Village, Aceh Besar. The results of this activity showed a better understanding among these MSMEs actors regarding the importance of product labels and what information should be conveyed to consumers through product labels. They also realized that product labels function as product identity, increasing sales value and high consumer trust. In essence, socialization about product labeling can be an effort to increase the competitiveness of local products produced by MSMEs actors in the village.*

Keywords: *product labels, MSMEs, local products.*

Abstrak: Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pemahaman kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tentang pentingnya label untuk produk lokal mereka. Label produk memainkan peran penting dalam memberikan informasi kepada konsumen, seperti mengenalkan identitas produk. Selain itu, label produk juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk lokal yang dipasarkan. Namun, banyak pelaku UMKM masih belum sepenuhnya memahami fungsi dan manfaat label produk sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing produk lokal mereka di pasar. Kegiatan ini menggunakan metode sosialisasi yang diimplementasikan melalui penyampaian materi, diskusi, dan penawaran desain label produk gratis. Peserta kegiatan ini adalah pelaku UMKM di Desa Lamsiteh, Aceh Besar. Hasil kegiatan ini menunjukkan adanya pemahaman yang lebih baik di kalangan pelaku UMKM tersebut mengenai pentingnya label produk dan informasi apa yang harus disampaikan kepada konsumen melalui label produk. Mereka juga menyadari bahwa label produk berfungsi sebagai identitas produk, meningkatkan nilai jual dan kepercayaan konsumen yang tinggi. Intinya, sosialisasi tentang pelabelan produk dapat menjadi upaya untuk meningkatkan daya saing produk lokal yang diproduksi oleh pelaku UMKM di desa tersebut.

Kata kunci : *label produk, UMKM, produk lokal.*

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat saat ini (Wati, Septianingsih, Khoeruddin & Al-Qorni, 2024). Potensi ini dapat diwujudkan dengan cara meningkatkan daya saing produk lokal UMKM itu sendiri. Namun, banyak pelaku UMKM masih belum mengetahui cara mengoptimalkan daya saing produk lokal mereka. Salah satu cara untuk mengoptimalkan daya saing produk lokal mereka adalah dengan memberi label pada produk lokal mereka (Riyanto, 2024). Label produk ini dapat memberikan informasi kepada konsumen tentang pemilik produk, tanggal pembuatan, dan bahan-bahan yang terkandung di dalamnya. Selain itu, label produk juga dapat meningkatkan nilai jual produk di mata konsumen.

Namun, banyak pelaku UMKM yang masih belum memiliki label untuk produk mereka. Hal ini karena masih minimnya pengetahuan yang mereka miliki tentang manfaat dan fungsi label produk. Padahal, menurut Nasrullah, Syahkirin dan Amanda (2025), konsumen lebih cenderung mempercayai produk yang telah mempunyai label karena dianggap telah memiliki identitas yang jelas.

Dari permasalahan ini, maka perlu diadakan sebuah kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang bertujuan untuk mensosialisasikan pentingnya label produk yang informatif bagi pelaku UMKM, khususnya yang berada di desa-desa, agar produk mereka dapat dikenali dan dipercaya ketika telah dipasarkan.

Kegiatan PKM ini dilaksanakan di Desa Lamsiteh, Kecamatan Darul Imarah, Kabupaten Aceh Besar. Penduduk desa ini umumnya bergantung pada kegiatan pertanian seperti bersawah untuk mata

pencaharian mereka, serta usaha lokal lainnya seperti kedai kopi, kerajinan tangan, dan kuliner. Berdasarkan pengamatan lapangan, terdapat sekitar 10 jenis UMKM di desa ini, dan sebagian besar belum memberi label pada produk yang dihasilkan. Mengingat jumlah yang signifikan ini, sangat penting untuk melakukan kegiatan penyuluhan tentang pentingnya pelabelan produk sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing UMKM di Desa Lamsiteh.

KAJIAN PUSTAKA

Label Produk

Label produk adalah bagian dari kemasan produk itu sendiri yang berfungsi untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang detail produk, seperti siapa pemilik produk, tanggal pembuatan, komposisi bumbu dan bahan-bahan, dan tanggal kedaluwarsa produk (Kotler, 2000). Dengan kata lain, melalui label, pemilik produk dapat menyampaikan informasi penting yang harus diketahui konsumen tentang produk tersebut.

Daya tarik suatu produk juga dapat ditingkatkan melalui labelnya. Biasanya, label yang lebih menarik dan informatif memudahkan konsumen untuk mengenali produk dan mempercayai kualitasnya. Label juga berfungsi sebagai identifikasi produk, membedakannya dari produk lain (Nasrullah, Syahkirin & Amanda, 2025).

UMKM dan Produk Lokal

UMKM merupakan sektor bisnis yang dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat jika dikelola dengan baik dan tepat sasaran (Lubis &

Salsabila, 2024). Kontribusi signifikan ini dapat diwujudkan melalui pengembangan produk lokal dengan meningkatkan daya saingnya di pasar yang lebih luas (Mariska, Siregar, Ahmad, Hasanah, Pratama, Lubis & Susilawati, 2023). Strategi ini dapat diimplementasikan melalui penyediaan label yang menarik dan informatif pada kemasan produk lokal.

UMKM juga dapat menjadi pelopor pengembangan produk lokal karena pelaku UMKM sendiri biasanya merupakan komunitas lokal di suatu daerah tertentu yang menghasilkan produk dengan karakteristik tertentu (Kaseng, 2025). Karakteristik inilah yang membedakan mereka dari produk-produk dari daerah lain. Lestari, Putri, dan Ananda (2023) menambahkan bahwa jika suatu produk lokal memiliki identitas yang kuat dan khas, hal ini akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan PKM ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 7 Maret 2026, di Desa Lamsiteh, dan diikuti oleh delapan orang pelaku UMKM yang menjual berbagai produk lokal, mulai dari makanan, hasil pertanian, hingga pakaian. Kegiatan ini berfokus pada peningkatan kesadaran tentang pentingnya pelabelan produk sebagai cara untuk meningkatkan daya saing

UMKM di desa tersebut. Langkah-langkah rinci untuk kegiatan ini dapat dilihat pada alur penyuluhan dan penjelasan di bawah ini.

Pada tahap persiapan, tim PKM melakukan observasi lapangan untuk melihat jumlah UMKM yang ada dan berkoordinasi dengan sekretaris desa dalam menyampaikan undangan untuk mengikuti kegiatan penyuluhan ini kepada para pelaku UMKM di desa tersebut.

Pada tahap pelaksanaan, tim PKM menyampaikan materi tentang fungsi dan manfaat label serta detail yang harus dicantumkan pada label. Tim PKM kemudian membuka forum diskusi agar peserta dapat mengajukan pertanyaan dan berbagi pendapat mereka tentang label produk. Terakhir, tim PKM menawarkan pembuatan desain label gratis kepada peserta untuk memudahkan mereka yang ingin segera memiliki label untuk produk mereka.

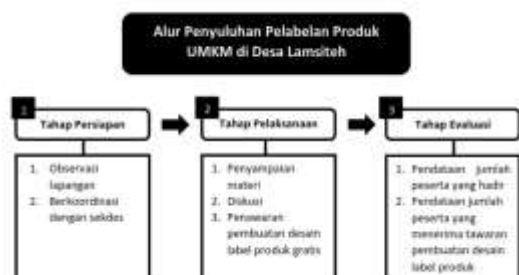
Pada tahap evaluasi, tim PKM mengukur tingkat keberhasilan kegiatan ini dengan melihat jumlah pelaku UMKM yang hadir serta yang menerima tawaran pembuatan desain label untuk produk mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak Penyuluhan

Hasil dari kegiatan penyuluhan ini adalah para peserta telah memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang fungsi dan manfaat label produk dalam meningkatkan nilai jual produk mereka. Hal ini terlihat dari kesediaan seluruh peserta yang hadir untuk menerima tawaran pembuatan desain label bagi produk mereka.

Ini menunjukkan bahwa mereka memiliki kesadaran akan pentingnya identitas produk melalui label produk itu sendiri. Seperti yang dinyatakan oleh



Gambar 1. Foto Alur Penyuluhan Pelabelan Produk UMKM di Desa Lamsiteh

Nasrullah et al., (2025), label berperan dalam membedakan satu produk dari produk lain di pasar. Dengan label, produk lokal di Desa Lamsiteh seperti "Peyek Kacang" dan "Kue Cane" yang diproduksi oleh penduduk Desa Lamasiteh akan memiliki karakteristik tersendiri bagi konsumen ketika dipasarkan. Hal ini juga sejalan dengan hasil kegiatan serupa yang dilakukan oleh Prayudhi, Zamrodah, dan Suryanto (2024) di mana penyuluhan mereka mengenai pelabelan produk berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM di Desa Ngadipuro, Kabupaten Blitar bahwa label produk memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan penjualan produk UMKM.

Berikut ini merupakan data singkat pelaku UMKM di Desa Lamsiteh yang mengikuti kegiatan penyuluhan serta menerima penawaran pembuatan desain label produk secara gratis, dilengkapi dengan dokumentasi berupa foto bersama.

Tabel 1 . Data Peserta Dalam Kegiatan Penyuluhan Pelabelan Produk

No.	Nama	Nama Produk	Menerima Tawaran Desain Label
1	Laili	Peyek Kacang	√
2	Sari	Dadar Gulung	√
3	Nita	Jahit Baju	√
4	Dinda	Air Isi Ulang	√
5	Eli	Sayur Mayur	√
6	Nisa	Mie Goreng	√
7	Irda	Siomay	√
8	Siti	Kue Cane	√

*Seluruh nama peserta yang tercantum di atas merupakan nama samaran.



Gambar 2. Foto Bersama Dengan Peserta Penyuluhan Pelabelan produk

Kendala dalam Pelaksanaan

Terdapat beberapa kendala dalam kegiatan ini, salah satunya adalah keterbatasan waktu, sehingga tim PKM tidak sempat menyiapkan contoh fisik label produk spesifik yang dapat mewakili setiap jenis produk dari peserta. Hal ini karena jenis UMKM di Desa Lamsiteh sangat beragam, mulai dari produk makanan hingga pakaian, sehingga membutuhkan pendekatan desain yang berbeda. Namun, untuk mengatasi hal ini, tim PKM mengadakan diskusi interaktif mendalam mengenai informasi apa yang seharusnya ada pada label produk, yang dapat langsung dikonsultasikan oleh peserta selama sesi tanya jawab.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil kegiatan penyuluhan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang hadir mulai menyadari pentingnya pelabelan produk untuk meningkatkan nilai jual dan kepercayaan konsumen. Para peserta juga menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam berdiskusi dan mengajukan pertanyaan terkait pelabelan produk. Mereka juga bersedia menerima penawaran tim PKM dalam pembuatan desain label bagi produk mereka.

Saran

Disarankan agar aparat desa Lamsiteh atau pemerintah kabupaten Aceh Besar menindaklanjuti kegiatan ini dengan membantu mengurus izin P-IRT dan sertifikat Halal bagi pelaku UMKM tersebut agar mereka dapat segera memperluas pemasaran produk lokal mereka guna meningkatkan perekonomian mereka menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Kaseng, E. S. K. (2025). *Pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal dalam pengembangan UMKM: Community empowerment based on local potential in UMKM development*. Journal of Marginal Social Research, 2(1), 1-8.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen pemasaran* (Jilid 2). Jakarta: Prenhallindo
- Lestari, W., Putri, S., & Ananda, R. (2023). *Pengembangan produk lokal UMKM berbasis kearifan budaya*. Jurnal Kreativitas dan Industri Lokal, 7(3), 144–153
- Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (2024). *Peran UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) dalam meningkatkan pembangunan ekonomi di Indonesia*. MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis, 2(2), 91-110.
- Mariska, R., Siregar, F. H., Ahmad, A. K., Hasanah, U., Pratama, C. W. A., Lubis, A. Y., & Susilawati, S. (2023). *Pengembangan Produk Unggulan UMKM Dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Studi Kasus Desa sukasari Kecamatan Pegajahan Kabupaten Sedang Bedagai*. Journal of Human And Education (JAHE), 3(2), 292-298.
- Nasrullah, N., Syahkirin, M., & Amanda, O. T. (2025). *Packaging Dan Labeling Sebagai Identitas Produk: Upaya Diferensiasi Umkm Di Tengah Persaingan Pasar Lokal (Studi Kasus Umkm Keripik Pisang Kepok)*. Jurnal Daya Saing, 11(3), 623-630.
- Prayudhi, L. A., Zamrodah, Y., & Suryanto, T. L. M. (2024). *Pelatihan Labelling dan Packaging untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM di Desa Ngadipuro*. Science Contribution to Society Journal, 4(2), 30-35.
- Riyanto, D. W. U. (2024). *Pendampingan desain logo dan kemasan untuk meningkatkan daya saing produk lokal*. Alkhidmah: Jurnal Pengabdian dan Kemitraan Masyarakat, 2(3), 69-77.
- Wati, D. L., Septianingsih, V., Khoeruddin, W., & Al-Qorni, Z. Q. (2024). *Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia*. Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi, 3(1), 265-282.