

Mengungkit Kekuatan Usaha Rumahan di Desa Gading Krembung Sidoarjo Melalui Pelatihan Labelisasi

I Putu Artaya^{1*}, Achmad Zakki Falani², Made Kamisutara³,
I Gede Arimbawa⁴

¹⁻⁴ Universitas Narotama Surabaya

* putu.artaya@narotama.ac.id

Abstrak

Kegiatan pelatihan labelisasi ini dapat terlaksana berkat adanya MoU (*Memorandum of Understanding*) antara LPPM Universitas Narotama Surabaya dengan pihak Kelurahan Gading Krembung Sidoarjo. Menindaklanjuti MoU tersebut, tim PKM sepakat untuk mengadakan pelatihan labelisasi bagi warga desa gading yang memiliki usaha rumahan, fokus pelatihan adalah membantu pelaku usaha dengan cara memberikan edukasi, pemahaman, pengetahuan, dalam meningkatkan kesadaran mereka mengenai pentingnya penggunaan label pada kemasan produk yang mereka produksi. Selain edukasi, tujuan lain adalah untuk menciptakan upaya peningkatan legalitas usaha bagi pelaku usaha rumahan agar produk yang mereka produksi memiliki kelayakan edar, tahap awal yang tim PKM lakukan adalah melalui kegiatan labelisasi, karena dengan kegiatan labelisasi ke depan produk mereka memiliki peluang dan kesempatan untuk dapat mengikuti pelatihan lanjutan berupa kegiatan sertifikasi P-IRT dan sertifikasi Halal. Dari hasil kegiatan ini 81,8% peserta yang berjumlah 16 orang menyatakan bahwa kegiatan pelatihan labelisasi ini mampu memenuhi harapan mereka dalam upaya perbaikan dan pengembangan usaha mereka ke depan menjadi lebih baik.

Kata Kunci: labelisasi, usaha rumahan, legalitas produk, pengembangan usaha.

Pendahuluan

Prospek pengembangan usaha rumahan berbasis produk lokal yang selama ini digencarkan pemerintah daerah tentu memberikan peluang bagus bagi pertumbuhan usaha rumahan di tengah masyarakat. Berbagai peluang dapat dimanfaatkan masyarakat dalam mengembangkan usaha rumahan, selain mereka memiliki daya dan kekuatan dalam berbagai aspek, pemerintah juga memberikan jalan untuk memajukan kegiatan tersebut dengan memberikan berbagai program pelatihan. Salah satu program pelatihan yang dapat memberikan dukungan dalam pengembangan usaha rumahan ini adalah program pelatihan untuk pengembangan produk usaha rumahan. Tujuan pemerintah untuk memberikan pelatihan bagi usaha rumahan terutama bagi produk mereka adalah agar produk usaha rumahan nantinya memiliki legalitas yang baik ketika dipasarkan ke masyarakat luas. Kegiatan serupa yang telah tim PKM kami di Kecamatan Candi Sidoarjo, hasil yang tim PKM capai adalah munculnya kesadaran masyarakat untuk sadar menggunakan label pada produk mereka sebagai salah satu syarat memenuhi asas

legalitas dalam kegiatan pasar yang diharuskan oleh pemerintah dalam bentuk memberikan kejelasan informasi penting kepada konsumen dari produsen yang menjual produk tersebut, melalui kegiatan tersebut beberapa usaha rumahan memiliki sebuah unggulan karena produk mereka mampu diterima oleh konsumen secara lebih luas bahkan banyak pembeli order dari luar Jawa, produk mereka terdiri dari berbagai jenis seperti kripik pisang, kripik kentang, terasi udang dan lain-lain, ini menunjukkan dan membuktikan bahwa labelisasi itu penting bagi produk usaha rumahan (Artaya et al, 2021).

Wardani & Aminy (2023), Amry et al (2024) menjelaskan dengan penerapan labelisasi pada produk akan banyak memberikan kontribusi positif bagi pelaku usaha terutama dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan perluasan pasar, karena produk usaha rumahan memiliki kredibilitas yang lebih kuat di mata konsumen. Selain itu, produk usaha rumahan meningkat legalitasnya dari sudut pandang peraturan pemerintah. Sedangkan menurut penjelasan Sutardi (2019), produk yang memiliki label yang jelas akan mampu memberikan informasi penting bagi konsumen dan kondisi ini mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terutama konsumen di pasar ekspor. Hasil penelitian ini membuktikan, dengan labelisasi tingkat kepercayaan konsumen mampu meningkat sebesar 38,92% hal ini menunjukkan bahwa produk yang berlabel lebih mampu diterima oleh pasar ekspor karena produk memenuhi syarat legalitas, sehingga mampu berkembang di pasar yang lebih luas. Beberapa keuntungan produk usaha rumahan jika memiliki label yang memenuhi ketentuan ketika dipasarkan adalah (Hasan, 2014), (Pane, 2017):

1. Sebagai syarat kepastian identitas produk
2. Meningkatkan legalitas produk di mata konsumen
3. Memenuhi persyaratan sesuai ketentuan hukum
4. Memberikan informasi penting bagi konsumen
5. Meningkatkan rasa percaya konsumen
6. Memberikan kejelasan informasi penting dalam keputusan pembelian
7. Meningkatkan perlindungan konsumen
8. Meningkatkan estetika produk dalam pasar

Dengan serangkaian keuntungan yang diperoleh di atas tersebut maka produk usaha rumahan yang dikelola dengan baik melalui labelisasi tentu produk tersebut mendapatkan peluang lebih besar dalam meningkatkan persaingan dan penjualan di pasar atau ditingkat pembeli. Menurut Rodliah & Martinouva (2021), Akib (2020), proses labelisasi produk menjadi salah satu syarat penting dalam meningkatkan perlindungan konsumen atas berbagai produk yang dikonsumsi, termasuk produk usaha rumahan. Dalam label produk terdapat beberapa informasi penting yang membantu konsumen ketika mempertimbangkan keputusan pembeliannya. Tampak jelas sekarang bahwa proses labelisasi penting bagi semua produk usaha rumahan dan eksistensinya tidak dapat ditunda. Sari (2020) dalam kegiatan abdimasnya menjelaskan bahwa di Langsa produk tradisional terasi mampu lebih diminati oleh masyarakat setelah adanya program labelisasi dibandingkan ketika produk terasi dipasarkan tanpa menggunakan label. Ternyata program labelisasi di Langsa ini mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pembelian produk terasi.

Hidayat & Latumahina (2022) menjelaskan melalui hasil risetnya bahwa kegiatan sertifikasi halal produk dalam upaya meningkatkan perlindungan konsumen gofood dapat

dicapai dan efektif apabila sebuah produk telah memakai label. Dengan kegiatan labelisasi dan sertifikasi halal, maka sebuah produk makanan dapat meningkatkan legalitas dengan baik dan sekaligus dapat melindungi konsumen secara luas. Fajrianti (2020) dari kegiatan hasil penelitian terhadap produk usaha rumahan yang tidak menggunakan label ternyata minat masyarakat untuk membelinya sangat rendah, karena produk tanpa label dipersepsikan oleh konsumen sebagai produk yang tidak jelas legalitasnya, kurang terjamin ketika dikonsumsi dan menimbulkan keraguan konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hasil riset itu membuktikan bahwa produk tanpa label dianggap belum layak edar dan tidak memiliki legalitas (Ilham et al, 2023).

Mengapa produk usaha rumahan di desa Gading Krembung Sidoarjo menjadi menarik untuk dikembangkan? Pelaku usaha rumahan banyak memiliki kelemahan, antara lain proses pengelolaan usaha secara keseluruhan yang menyangkut banyak aspek agar mereka dapat berubah menjadi lebih baik. Permasalahan yang umum adalah masalah pemasaran, penjualan, permodalan, dan kerja sama. Persoalan tersebut dapat diatasi apabila produk usaha rumahan dapat dibenahi dengan baik, salah satu pembenahan tersebut adalah melalui tampilan produk yang lebih menarik dan memenuhi syarat legalitas. Untuk memenuhi syarat legalitas maka salah satu cara yang dilakukan adalah proses labelisasi produk secara fokus (Gunawan, 2021).

Dalam jangka panjang tujuan yang ingin dicapai atas kegiatan tim PKM di Desa Gading Krembung Sidoarjo antara lain:

1. Peserta pelatihan mampu memiliki daya saing atas produk yang mereka hasilkan karena telah tampil lebih baik
2. Membantu menstimulasi warga lain yang ingin memiliki usaha rumahan untuk sadar bahwa labelisasi itu penting dan wajib
3. Memperbaiki kondisi produk rumahan di desa Gading Krembung Sidoarjo agar menjadi lebih baik
4. Merupakan kegiatan jangka panjang dalam perbaikan pengelolaan usaha rumahan
5. Memberikan kontribusi apa pun bentuknya demi kemajuan dan perubahan ke arah baik bagi pelaku usaha rumahan di desa Gading
6. Ke depan proses labelisasi menjadi wadah yang bagus untuk kegiatan sertifikasi produk, antara lain sertifikasi P-IRT dan sertifikasi halal.

Kegiatan ini dilandasi oleh MoU antara LPPM universitas Narotama dengan Kelurahan Gading Krembung Sidoarjo yang kegiatannya dikemas dalam bentuk serangkaian kegiatan pengabdian masyarakat dan kegiatan kuliah kerja nyata.

Metode Pelaksanaan

Proses pelaksanaan kegiatan PKM ini dikerjakan dengan cara melakukan kunjungan rumah kepada setiap peserta. Mereka atau peserta tidak harus dan tidak perlu berkumpul dalam mengikuti pelatihan. Setiap peserta mendapatkan sosialisasi dan arahan dengan cara melakukan kunjungan rumah atau kunjungan lokasi yang dilaksanakan oleh tim PKM secara bergantian. Dengan cara ini maka setiap peserta lebih fokus mendapatkan berbagai informasi penting baik yang terkait proses labelisasi dan proses pelatihan lanjutan dimasa yang akan datang. Manfaat kunjungan rumah adalah memberikan informasi dan masukan

yang baik terkait bentuk, tipe, ciri, atau kondisi unik produk mereka masing-masing. Dengan arahan dan dukungan bapak kepala desa, berusaha memotivasi warga khususnya warga yang memiliki usaha rumahan dalam upaya menyukseskan kegiatan PKM ini.

Walaupun jaman telah mengalami kemajuan yang cukup signifikan, namun perlu kita sadari bahwa banyak pelaku usaha yang umumnya berada di pedesaan belum tentu mereka mampu update informasi yang relevan setiap harinya dalam upaya pengembangan usaha mereka. Dampaknya adalah usaha yang mereka jalankan terkesan hanya itu-itu saja dan sulit berkembang. Agar pelaku usaha memiliki kemampuan untuk berkembang maka diperlukan sebuah tindakan nyata yakni kegiatan pelatihan secara berkesinambungan.



Gambar 1. Pertemuan tim PKM bersama perangkat desa dan warga peserta pelatihan Desa Gading Krembung Sidoarjo

Dari hasil yang dilaksanakan, disepakati peserta kegiatan PKM ini adalah warga desa Gading Krembung Sidoarjo yang memiliki usaha bidang kuliner saja, agar hasil yang didapat nantinya lebih fokus dan terarah dan memberikan manfaat yang maksimum.

Lokasi Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan PKM dilaksanakan di sebuah desa yang bernama Desa Gading Krembung Sidoarjo. Sebuah desa yang terdapat di sisi barat kabupaten Sidoarjo. Kegiatan ini hanya berpusat pada warga yang memiliki kegiatan usaha rumahan dimana kegiatannya dikerjakan di rumah bersama anggota keluarga dalam proses pengelolaannya dan tidak melibatkan pihak lain.

Mitra Kegiatan

Data yang diperoleh dari Kelurahan Gading tentang komposisi jenis usaha yang dikerjakan oleh warga desa tersebut sebagai berikut:

Tabel 1. Jenis kegiatan usaha warga desa Gading Krembung Sidoarjo

Jenis Usaha	Jumlah	Nama Produk
Makanan	10	Janur Krispi, Onde- Onde Kacang Hijau, Manisan Jambu & Nanas, Kue Nastar, Bubur Ayam, Dinsum Ayam & Udang, Nasi Kotak, Kripik Pisang, Kue Kastangel, dan Kue Pastel & Jajanan.
Minuman	6	Sari Cincau, Ekstrak Temulawak, Beras Kencur, Sinom, Madu Semut Hitam, dan Ekstrak Sari Jahe.
Lain-Lain	6	Tenun Bordir, Pigura Bambu, Lukisan, Miniatur Kendaraan, Ukiran Batok Kelapa, dan Busana Muslim.

Sumber: Kelurahan Gading, September 2024.

Untuk kegiatan PKM ini, pelaku usaha rumahan yang dijadikan mitra adalah khusus warga desa Gading Krembung Sidoarjo yang bergerak di usaha makanan dan minuman di mana produk mereka belum memiliki label, namun ada beberapa produk yang telah berlabel namun mengalami perbaikan karena mereka telah lulus sertifikasi P-IRT dan sertifikasi Halal. Sedangkan bagi warga yang bidang kegiatan usahanya bukan makanan dan minuman tidak ikut menjadi peserta pelatihan. Warga yang memiliki usaha produk makanan dan minuman sebanyak 72,7%. Warga yang memiliki kegiatan usaha bukan makanan dan minuman sejumlah 27,3%. Warga yang memiliki usaha makanan dan minuman ini menjadi fokus dan sasaran pelatihan mengenai labelisasi. Diharapkan dengan pelatihan labelisasi maka usaha mereka menjadi bernilai tambah, semakin laku, mampu memiliki daya saing dan dapat diterima oleh pasar lebih luas seperti yang diungkap oleh Rodliah & Martinouva (2021).

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Model pelatihan ini dilaksanakan dengan cara berbeda, tidak ada proses berkumpul di suatu tempat namun setiap peserta akan mendapat kunjungan rumah untuk wawancara dan melihat kondisi awal produk yang mereka buat. Kemudian tim PKM memberikan masukan dan saran serta diskusi mengenai proses desain model label yang sesuai dengan karakteristik produk. model label dan ukurannya disesuaikan dengan minat pemilik usaha dan juga disesuaikan dengan bentuk kemasan terutama ukuran label sehingga penerapan label nantinya dapat memberikan kesan modern, penuh estetik dan menarik setelah produk nantinya menggunakan label. Tugas mencetak label menjadi tugas dari mitra lain yaitu usaha printing yang memang sengaja menyediakan fasilitas khusus bagi pelaku usaha rumahan dan memang sengaja memberikan harga sangat murah dalam proses cetak label tersebut. Setelah label selesai dikerjakan dan selesai akan langsung diterimakan atau dikirim kepada pemiliknya, selanjutnya label tersebut ditempel pada kemasan. sampai dengan disini proses pengerjaan tugas PKM dianggap selesai selama tidak ada proses revisi atau saran perbaikan atau perubahan desain label. Dengan metode kunjungan rumah maka proses penerapan labelisasi menjadi lebih fokus dan mengena serta tepat sasaran.

Mengukur Tingkat Kepuasan Peserta

Sebagai langkah akhir dari kegiatan PKM ini, tim PKM akan mengukur seberapa besar tingkat kepuasan peserta dalam menerima segala sesuatu ketika mereka mengikuti proses pelatihan tentang labelisasi. Metode yang digunakan untuk mengukur tingkat

kepuasan peserta dalam pelatihan ini adalah model *Post-Test*. Hasil tingkat pengukuran mengenai kepuasan peserta dapat dijadikan bahan evaluasi dan perbaikan di masa akan datang mengenai muatan materi dan sasaran kegiatan terkait lainnya seperti sertifikasi P-IRT dan sertifikasi Halal yang sangat terkait muatannya dengan proses kegiatan labelisasi (Damayanti et al, 2017).

Hasil dan Pembahasan

Memorandum of Understanding (MoU) Pelatihan

Pelaksanaan kegiatan PKM ini tidak lepas dari adanya kerjasama berupa MoU (*Memorandum of Understanding*) antara LPPM Universitas Narotama Surabaya dengan Kelurahan Gading, Krembung, Sidoarjo. Dalam MoU tersebut dijalin kerjasama yang menguntungkan kedua lembaga dan Desa Gading Krembung Sidoarjo dipersilakan oleh pihak Kelurahan untuk dijadikan objek atau lokasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang isinya kegiatan berupa pelatihan, penyuluhan, pendampingan dan kegiatan tambahan berupa KKN (kuliah kerja nyata). Pelaksana kegiatan ini antara lain dosen secara individu, secara kelompok dan juga mahasiswa secara mandiri untuk menjawab segala bentuk permasalahan yang ada di lingkungan warga desa Gading tersebut, yang dapat dilaksanakan baik secara terpisah sesuai bidang ilmu maupun secara kelompok atau kolaborasi antar bidang ilmu. Dari sudut pandang bidang ilmu ekonomi, selain kegiatan perbaikan pengelolaan usaha rumahan, serta kegiatan lain sebagai penunjang seperti pelatihan pengelolaan kas, pelatihan pemasaran kreatif, digital marketing dan peningkatan citra produk, serta pelatihan sertifikasi, ini selaras dengan kurikulum MBKM Kampus Merdeka.

Sosialisasi Kegiatan Pelatihan

Sosialisasi merupakan ujung tombak kegiatan pelatihan ini, dengan sasaran utama adalah memberikan pemahaman dan kesadaran bagi warga pemilik usaha rumahan di desa gading akan pentingnya penggunaan label pada kemasan produk yang mereka hasilnya, karena produk tersebut nantinya akan dijual secara bebas ke pasar atau konsumen. Jumlah pemilik usaha rumahan yang harus dikunjungi berjumlah 16 orang, untuk memberikan pemaparan dan tujuan adanya kegiatan labelisasi. Kegiatan ini selain dilaksanakan dengan cara mengunjungi tempat pemilik usaha, juga dapat dilaksanakan menggunakan media komunikasi video call WhatsApp sebagai pendukung media komunikasi bagi peserta pelatihan, sehingga mereka menjadi jauh lebih paham mengenai apa manfaat adanya kegiatan labelisasi bagi produk usaha mereka terutama produk makanan dan minuman.

Dalam kunjungan rumah kepada pemilik usaha, mereka bebas menyampaikan segala bentuk keluhan dan ketidakpahaman mengenai mengapa produk makanan dan minuman harus menggunakan label ketika dipasarkan atau diedarkan kepada konsumen.

Pelaksanaan Kegiatan

Dari kegiatan kunjungan rumah yang telah dilaksanakan, tim PKM melakukan pemaparan berbagai bentuk desain kemasan yang nantinya relevan digunakan pada produk usaha rumahan warga desa Gading yang menjadi peserta. Pengenalan ini dimulai

dari bentuk label berupa desain gambar, huruf, warna, ukuran dan jenis bahan yang nantinya digunakan untuk label. Bahan label yang direkomendasikan hanya ada dua bentuk atau dua jenis yaitu label vynil doop dan label vynil transparan. Tentunya pemilihan bahan label disesuaikan dengan karakter produk dan jenis kemasan yang digunakan. Dari hasil kunjungan diperoleh kenyataan bahwa rata-rata pelaku usaha rumahan telah menggunakan kemasan berbahan plastik daur ulang yang memang diwajibkan oleh pemerintah sesuai Peraturan Badan POM nomor 20 Tahun 2019 tentang kemasan pangan yang mewajibkan setiap produk makanan dan minuman olahan wajib menggunakan kemasan pangan berbahan daur ulang. Sedangkan kewajiban menggunakan label pada setiap produk olahan makanan dan minuman yang dihasilkan usaha rumahan dan mikro diatur melalui Peraturan Menteri Perdagangan nomor 25 Tahun 2021 yaitu penetapan barang yang wajib menggunakan atau melengkapi label berbahasa Indonesia. Pada tahap ini, muncul motivasi dan kesadaran pemilik usaha untuk melengkapi produk yang mereka hasilkan dengan pencantuman label.

Mengembangkan kegiatan usaha identik dengan mengubah pola pikir pemilik usahanya sedemikian rupa dengan berbagai upaya agar mereka merasa sadar dan paham bahwa sesuatu yang sudah bagus menurut mereka sebenarnya perlu sekali untuk diubah menjadi lebih baik dan lebih menarik bernilai tambah sehingga lebih disukai oleh mitra usaha mereka dalam hal ini adalah konsumen. Dengan sosialisasi dan stimulasi nyata, pelaku usaha tentu akan mendapatkan gambaran yang mampu mempengaruhi pola pikir mereka sesuai yang kita harapkan.



Gambar 2. Kegiatan kunjungan rumah ke lokasi pemilik usaha Di desa Gading (gambar hanya ditampilkan sebagian saja).

Melalui kunjungan ke lokasi maka tim PKM akan dapat merelevansikan produk dengan desain label yang akan diselesaikan oleh tim PKM dengan menerima masukan dan saran dari pemilik usaha. Dengan cara ini produk menjadi tampil lebih baik, lebih sempurna,

lebih menarik dan memiliki nilai tambah dibandingkan tampilan sebelum menggunakan label. Dengan mencantumkan label pada kemasan produk berarti pelaku usaha rumahan telah mampu mematuhi peraturan BPOM tentang kewajiban pencantuman label pada kemasan produk. Label yang telah digunakan nantinya dapat digunakan untuk mencantumkan sertifikat P-IRT dan sertifikat Halal setelah pelaku usaha mengikuti program pelatihan lanjutan. Dalam jangka panjang, diharapkan terwujud sebuah manfaat bagi pelaku usaha dalam mengembangkan kegiatan usaha mereka, salah satu sasaran utama adalah melakukan improvisasi produk mereka agar dapat berubah menjadi ke arah yang lebih baik dan kegiatan usaha mereka dapat berubah maju. Pelatihan penerapan labelisasi produk usaha rumahan atau mikro ini menjadi dasar utama bagi pelatihan penting berikutnya dimasa mendatang bagi pelaku usaha rumahan yaitu pelatihan sertifikasi P-IRT dan pelatihan sertifikasi Halal MUI. Ketiga bentuk pelatihan ini merupakan syarat utama bagi pelaku usaha rumahan agar produk mereka apa pun jenisnya bisa mendapatkan legalitas usaha ketika produk tersebut dijual atau dipasarkan kepada masyarakat konsumen secara umum. Pelatihan labelisasi, sertifikasi P-IRT dan pelatihan sertifikasi Halal merupakan dasar kepatuhan pemilik usaha terhadap peraturan sehingga produk mereka memiliki hak edar dan dianggap layak dikonsumsi. Model ketiga pelatihan ini dalam jangka panjang merupakan model pelatihan inti dan khusus bagi produk usaha rumahan makanan dan minuman.

Pada tahap desain label untuk dipasang pada kemasan merupakan bagian tersulit bagi tim PKM. Alasannya adalah satu label untuk satu produk tidak boleh sama atau nyaris mirip dengan label lainnya, di sini diperlukan inovasi dan kreativitas tinggi bagi tim pelaksana PKM. Diskusi selalu diperlukan bagi tim PKM dengan memperhatikan segala masukan dan saran dari pemilik usaha, bahkan ada satu label yang berulang kali harus revisi karena keinginan pemilik usaha. Ini merupakan tantangan tersendiri bagi tim PKM, namun pada akhirnya semua label yang diinginkan pemilik usaha dapat terselesaikan dengan baik. Hasil kerja ini merupakan kepuasan tersendiri bagi tim PKM dengan segala kemampuan melayani mereka sebagai mitra kegiatan. Setiap pemilik usaha memiliki pola pikir atau *mindset* berbeda-beda tentang persepsi sebuah label. Lepas dari semua hambatan, pada intinya bagaimana tim PKM menanamkan kesadaran pemilik usaha agar sadar dan bersedia menggunakan label pada kemasan produk yang diproduksinya agar memenuhi kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku bagi mereka. Di sini muncul sebuah pemahaman bagaimana kita mengubah sesuatu menjadi lebih baik dari kondisi sebelumnya.

Seperti yang telah dijelaskan di bagian depan bahwa jenis label yang sangat disukai oleh pemilik usaha ada dua jenis yaitu label dengan bahan *vynil doop* dan label dengan bahan *vynil* transparan. Kedua jenis label ini sebenarnya sama bagus dan berkualitas namun jenis mana yang dipilih sudah tentu tergantung pilihan pemilik usahanya, kita hanya mengikuti keinginan mereka saja. Harga label dengan dua bahan di atas tergolong murah dan tidak membebani pelaku usaha, di mana harga per pcs label hanya Rp. 129,- dengan syarat pesannya minimal 1000 pcs. Sehingga total biaya untuk pengadaan label ini hanya sebesar Rp. 129.000,- saja. Kondisi ini sangat terjangkau bagi pemilik usaha bahkan terkesan murah. Ini terwujud berkat kerja sama tim PKM dengan sebuah usaha Digital Printing 'UD. Bintang' yang berada di kota Sidoarjo di mana keberadaan digital printing ini memang konsen dan peduli pada keberadaan pelaku usaha rumahan dengan alasan mereka masih

tergolong lemah dalam hal permodalan atau pendanaan usaha. Setelah desain label dianggap selesai, softcopy dikirim ke usaha printing melalui pesan WhatsApp, kemudian dicetak setelah mendapatkan konfirmasi dari pemilik usahanya. Setelah selesai dicetak sesuai ukuran/dimensi yang diminta maka label tersebut langsung dikirim atau diambil sendiri oleh pemilik usaha, kemudian dipasang pada kemasan produk, sampai dengan di sini semua tugas tim PKM dianggap selesai.



Gambar 3. Desain label untuk kemasan produk yang telah selesai dan siap cetak melalui digital printing.

Mengapa produk usaha rumahan warga desa gading harus diubah menggunakan label, saat ini dengan berbagai jenis pelatihan yang disediakan oleh pihak pemerintah daerah, lembaga swasta, akademisi maka pelaku usaha rumahan berpacu satu sama lain untuk berubah dengan dasar berbagai informasi yang mereka dapatkan melalui kegiatan pelatihan, seminar, pameran produk, rumah kurasi dan lainnya. Dampak positif yang terjadi, pelaku usaha rumahan mendapatkan pencerahan dan sekaligus gambaran mengenai bagaimana cara dan dimulai dari apa mengenai mengubah kondisi usaha agar mampu meningkatkan kemampuan bersaing di saat menjamurnya berbagai jenis usaha rumahan. Bila pelaku usaha yang ada di desa gading Krembung Sidoarjo ini tidak berubah maka kondisi stagnan tersebut tidak akan mampu memberikan kontribusi yang bagus bagi pengembangan usaha mereka, dan usaha yang mereka jalankan cenderung tetap berpola tradisional yang terkesan tidak layak. Jika kita ambil contoh produk makanan dan minuman bila dilihat dari cara pengolahannya sudah jauh berkembang karena telah menggunakan alat produksi yang lebih modern dan bisa di dapatkan dengan cara mudah melalui pendanaan koperasi. Untuk itu peran jaringan komunikasi dan informasi yang saat ini ditunjang dengan pengadaan wifi gratis di setiap kelurahan diharapkan pelaku usaha

lebih melek teknologi, termasuk perkembangan teknologi digital. Berikutnya kami tampilkan bagaimana bentuk desain label untuk keperluan perbaikan tampilan produk usaha rumahan di desa Gading, seperti tampak dalam gambar berikut ini.



Gambar 4. Kemasan produk yang telah menggunakan label hasil karya pelatihan (gambar ditampilkan sebagian saja)

Kegiatan usaha yang dijalankan warga desa Gading bersifat *mass product* artinya produk yang dibuat memang untuk melayani konsumen secara umum, bukan diproduksi untuk melayani order. Produk yang diproduksi secara massa untuk melayani konsumen secara umum harus kuat di label dalam upaya menciptakan kesan yang kuat ketika konsumen melihat dan membaca label yang tertera pada kemasannya. Kemasan yang memiliki label dapat menjadi unsur penguat dalam mengingat produk yang disukai konsumen secara otomatis hal ini mampu mengangkat citra produk tersebut di mata konsumen (Ratnasari et al, 2024). Selanjutnya menurut Ratnasari et al (2024) bagi pelaku usaha rumahan, untuk mengangkat kesadaran, pengetahuan dan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola usahanya memang diperlukan sebuah edukasi yang baik dan berkesinambungan, tujuannya agar produk usaha rumahan atau mikro memiliki sebuah perubahan yang lebih baik dalam memikat hati konsumen. Dengan kemajuan teknologi dibidang digital yang demikian pesat, proses pertukaran informasi dalam pengelolaan usaha begitu terasa mudah, namun dalam proses mendesain label, banyak aplikasi penunjang yang dapat digunakan secara praktis dan cepat. Namun ada satu hal yang tidak mudah dikuasai banyak orang yaitu kemampuan untuk kreatif dan berinovasi yang baik tidak semua pelaku usaha mampu melakukannya dengan benar ketika mereka termotivasi memajukan usahanya.

Setelah label selesai dicetak, proses pemasangan label pada kemasan produk, maka tampilan produk menjadi jauh berbeda dibanding kondisi sebelumnya yang tidak menggunakan label, bentuknya menjadi sebagai berikut:

Dimasa mendatang setelah pemilik usaha mengikuti pelatihan sertifikasi P-IRT dan sertifikasi Halal maka produk telah dianggap memiliki legalitas penuh. Seperti contoh tampilan produk di bawah ini.



Gambar 5. Produk usaha rumahan yang telah bersertifikat P-IRT dan sertifikat Halal.

Seperti yang tampak pada gambar 5 di atas, stimulasi tampilan ini mampu memberikan perubahan motivasi pelaku usaha ketika mereka mengetahui bagaimana bentuk label bagi produk yang telah memiliki legalitas yang baik terkait dengan kegiatan penjualan, pemasaran, kreativitas dan inovasi pengelolaan produk.

Pengukuran Tingkat Kepuasan Peserta

Sebagai tahap akhir dari kegiatan PKM ini maka perlu dilakukan pengukuran tingkat kepuasan peserta menggunakan metode post-test, agar dapat dilakukan evaluasi terhadap sasaran yang telah dicapai (Damayanti et al, 2017).

Dasar ketentuan untuk menetapkan angka 81,8% pada Tabel 2 memenuhi unsur tingkat kepuasan yang baik atau tidak, harus mengacu pada aturan di bawah ini sebagai berikut:

1. Jika tingkat kepuasan di atas 80% artinya kegiatan pelatihan dianggap memenuhi ketercapaian harapan peserta, sehingga kegiatan pelatihan dianggap mampu mencapai sasaran yang diinginkan.
2. Jika tingkat kepuasan di bawah 80% artinya kegiatan pelatihan dianggap belum mampu memenuhi harapan peserta, sehingga kegiatan pelatihan dianggap tidak mampu mencapai sasaran yang diinginkan.

Tabel 2. Pengukuran tingkat kepuasan dengan metode post-test

No.	Atribut	Nilai Indikator			Jumlah
		M	KM	TM	
1.	Tampilan Fisik	12	3	1	Total peserta 16 orang.
2.	Estetika Tulisan	9	7	0	
3.	Kombinasi Warna	14	2	0	
4.	Kejelasan Informasi	12	4	0	
5.	Ukuran / Dimensi	15	1	0	$[131/160] \times 100\% = 81,8\%$
6.	Keserasian	13	2	1	
7.	Harga / Biaya	16	0	0	
8.	Impact / Dampak	11	4	1	
9.	Daya Tarik	15	0	1	
10.	Manfaat	14	2	0	
Jumlah		131	25	4	

Keterangan: **M**=Memenuhi, **KM**=Kurang memenuhi, **TM**=Tidak memenuhi

Dengan melihat angka hasil pengukuran tingkat kepuasan peserta yang berjumlah 16 orang hasilnya berada di atas 80% (81,8%) maka kegiatan pelatihan dianggap memenuhi ketercapaian harapan peserta, sehingga kegiatan pelatihan dianggap mampu mencapai sasaran yang diinginkan. Namun demikian ada peserta yang menyatakan belum memenuhi tingkat kepuasan sebesar 18,2% maka walaupun angka tersebut terbilang kecil, tentu ini menjadi pertimbangan untuk perbaikan kegiatan pelatihan dimasa mendatang terutama muatan dari aspek-aspek yang disampaikan kepada peserta.

Kesimpulan

Dengan terlaksananya kegiatan pelatihan labelisasi pada kemasan produk ini, pelaku usaha rumahan mendapatkan edukasi mengenai bagaimana sebenarnya mengelola produk secara baik dan benar ketika produk dipasarkan kepada masyarakat konsumen. Selain itu pemilik usaha rumahan paham dan mengetahui mengenai kewajiban yang harus dipatuhi ketika mereka membuat produk untuk melayani konsumen secara luas. Pemilik usaha telah sadar bagaimana seharusnya yang patut dilakukan agar produk mereka memiliki legalitas yang baik sebagai bentuk tanggung jawab sosial kepada konsumen. Dengan label maka produk memiliki daya tarik semakin baik dan mampu meningkatkan nilai estetika ketika harus bersaing di pasar dengan produk sejenis diproduksi oleh kompetitor. Dengan pelatihan labelisasi, pemilik usaha berpeluang ke depan untuk mengikuti kegiatan lanjutan berupa sertifikasi P-IRT dan sertifikasi Halal dengan demikian produk telah dianggap memiliki kelayakan edar. Tingkat ketercapaian kepuasan peserta nilainya 81,8% angka tersebut melewati batas minimal persyaratan tentang pengukuran tingkat kepuasan yaitu 80%, berarti kegiatan pelatihan ini dianggap mampu memenuhi harapan dan sasaran yang diinginkan.

Ucapan Terima Kasih

Kami tim PKM mengucapkan terima kasih kepada ketua LPPM Universitas Narotama yang telah memberikan penugasan kegiatan pelatihan ini, kami juga mengucapkan terima

kasih kepada pihak kelurahan Gading Krembung Sidoarjo karena telah memberikan kesempatan dan waktu bagi terlaksananya kegiatan pelatihan ini hingga selesai dengan pencapaian hasil yang baik.

Referensi

- Akib, I. (2020). Labelisasi Halal dalam Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Pena Volume*, 12(1), 30-41.
- Amry, A. D., Shidqy, M., Herdani, R. D., Rasydah, R. A., Agusti, W. A., & Ferbriansyah, M. (2024). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Toko Kue Saimen Untuk Kalangan Masyarakat. *Indonesian Journal of Economics, Management and Accounting*, 1(6), 444-448.
- Artaya, I. P., Baktiono, R. A., & Kamisutara, M. (2021). Pelatihan Proses Labelisasi Kemasan Produk Industri Rumah Tangga Di Kecamatan Candi Sidoarjo. *Jurnal Altifani Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 97-105.
<https://doi.org/10.25008/altifani.vii2.135>
- Damayanti, N. A., Pusparini, M., Djannatun, T., Ferlianti, R. (2017). Metode Pre Test dan Post Test Sebagai Salah Satu Alat Ukur Keberhasilan Kegiatan Penyuluhan Kesehatan Tentang Tuberkulosis Di Kelurahan Utan Panjang, Jakarta Pusat. *Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(1), 144-150.
- Fajrianti, S. (2020). Respon Masyarakat Terhadap Produk Makanan Tanpa Label Halal di Kec. Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang (Analisis Hukum Ekonomi Islam) (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Gunawan, I. (2021). Pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk mie samyang (studi kasus mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidimpuan).
- Hasan, K. S. (2014). Kepastian hukum sertifikasi dan labelisasi halal produk pangan. *Jurnal Dinamika Hukum*, 14(2), 227-238.
- Hidayat, A. F., & Latumahina, R. E. (2022). Perlindungan Konsumen terhadap Produk Makanan tanpa Sertifikasi Halal yang Dijual Melalui Media Layanan Gofood. *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 2(1), 468-483.
- Ilham, M., Saifullah, S., & Kartika, N. R. (2023). Perlindungan Konsumen Terhadap Upaya Labelisasi Halal di Indonesia. *Indonesia Journal of Business Law*, 2(2), 58-66.
- Pane, R. M. (2017). Analisis Perilaku Konsumen Atas Penerapan Labelisasi Halal Dalam Suatu Produk (Studi Kasus UD. Sariwangi Tangerang). *Jurnal Mozaik*, 9(2), 142-150.
- Ratnasari, K., Utami, A. R., Fahririn, F., MY, A. S., & Nasution, E. S. (2024). Edukasi kewirausahaan pentingnya pengemasan dan label produk di desa Wisata Cikolelet. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(1), 427-434.
- Rodliah, N., & Martinouva, R. A. (2021). Analisis Kesadaran Hukum Pelaku Usaha Mikro Dalam Labelisasi Olahan Pangan Sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen. *Journal Hukum Malahayati*.
- Sari, A. A., Fuadi, F., & Zainuddin, Z. (2020). Kajian Yuridis Labelisasi Halal Produk Makanan Terasi di Langsa. *Meukuta Alam: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 129-139.
- Sutardi, I. (2019). Analisis Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi Halal Pada Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Ditinjau Perspektif Ekonomi Syariah Di

Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(1), 77-88.

Wardani, L. A. K., & Aminy, M. H. (2023). Analisis Pentingnya Labelisasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Inkubator Bisnis Universitas Islam Al-Azhar Mataram. *Jurnal Kompetitif: Media Informasi Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Akuntansi*, 9(2), 43-58.