

Pembuatan Label Kemasan dan Nomor Induk Berusaha (NIB) Sebagai Program Pengembangan UMKM Produk Kue Tradisional di Desa Tugumukti Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung Barat

Francisca Kristiastuti^{1*}✉, Hernawati², David Matthew Arion Kadarisman³, Firman Nul Hakim⁴, Soflianti Insyiroh⁵, Aditya Ramadhana⁶, Risa Anggita⁷

^{1,4,5}Fakultas Ekonomi, Universitas Nurtanio Bandung

^{2,6}Fakultas Ilmu Komputer dan Informatika, Universitas Nurtanio Bandung

³Fakultas Teknik, Universitas Nurtanio Bandung

⁷Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Nurtanio Bandung

Email: ¹francisca.lulu75@gmail.com✉, ²hernawatifiki@unnur.ac.id,

³dave.kadarisman@gmail.com, ⁴firmanulhakim05@gmail.com, ⁵sofliantiinsyiroh@gmail.com,

⁶ramadhanaaditya40@gmail.com, ⁷risaanggita14@gmail.com

✉ Penulis Korespondensi

Abstrak

Kemasan makanan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung makanan, tetapi kemasan dapat membuat produk kelihatan lebih menarik sehingga dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Label kemasan merupakan bagian dari proses pengemasan yang perlu diperhatikan karena label memberikan informasi produk kepada konsumen. Tujuan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Nurtanio Bandung adalah membantu mengembangkan salah satu UMKM di Desa Tugumukti, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung Barat dengan cara memberikan solusi pembuatan label kemasan dan mengadakan edukasi pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dan penjualan secara online. Locus kegiatan adalah UMKM Barokah Tugu yang berada di Desa Tugumukti. Metode yang dilakukan adalah Participatory Action Research (PAR) yaitu penelitian yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat untuk membawa perubahan dalam masyarakat. Hasil dari kegiatan ini adalah penggunaan label pada kemasan produk makanan tradisional yang dapat memberikan nilai tambah atas produk yang dihasilkan oleh usaha tersebut. UMKM Barokah Tugu juga sudah memiliki Nomor Induk Berjualan (NIB) sebagai bukti legalitas usaha. Namun UMKM Barokah Tugu belum dapat memafaatkan media sosial karena adanya keterbatasan dalam pengelolaan akun tersebut. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat memberikan saran agar program ini berkelanjutan untuk menjadikan UMKM semakin tumbuh dan berkembang.

Kata Kunci: UMKM, kemasan, label, media sosial

Abstract

Packaging is really important not only in protecting food products but also in enhancing their visual appeal, and influencing consumer purchasing behavior. Labelling become an integral component of the packaging process to provide essential product information to consumers, reinforcing brand identity and market competitiveness. The program which has been initiated by Nurtanio University Bandung have a goal to support Barokah Tugu, A Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) located in Tugumukti Village, Cisarua District, West Bandung Regency. This initiative focuses on giving strategic solutions for packaging label design and delivering training on using social media as a digital marketing tool. By using the Participatory Action Research (PAR) methodology, which focus on active community involvement to drive meaningful change, this program has facilitated the adoption of standardized packaging labels for traditional food products. This enhancement adds value to the offerings and improving their position in the market. Furthermore, UMKM Barokah Tugu has successfully obtained a Business Identification

Number (NIB), ensuring the compliance on legal and operational legitimacy. However, there are challenges remain in optimizing social media for business growth because of the limitations in digital account management. To ensure the sustainability and scalability of this initiative, the Community Engagement Team recommends continued support and capacity-building efforts. This will enable UMKM Barokah Tugu to fully evolve the digital platforms, strengthen its brand presence, and enhance its competitiveness in the marketplace

Keywords : Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME), packaging, labelling, social media

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) didefinisikan oleh (Irawati, 2023) sebagai suatu usaha atau bisnis yang dilakukan secara individu, kelompok, dan badan usaha kecil atau bahkan usaha rumah tangga. Keberadaan UMKM memberikan kontribusi yang besar bagi pertumbuhan ekonomi karena mampu menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, berkontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB) dan meningkatkan kesejahteraan di suatu wilayah. Menurut data Kementerian UMKM per Desember 2024 terdapat 65,5 juta unit UMKM di Indonesia dan UMKM menyumbang 61% terhadap PDB nasional dengan nilai mencapai Rp 9300 triliun. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, sektor kuliner jumlahnya hampir mencapai 41%, hal ini menjadikan sektor kuliner menjadi sector yang paling dominan dibandingkan 17 sektor ekonomi kreatif lainnya. Usaha kuliner menurut (Ayodya, 2016) adalah usaha yang melakukan transaksi penjualan di bidang makanan dan minuman. Usaha kuliner mencakup usaha tempat makan, usaha aneka kue dan makanan ringan, usaha catering dan usaha minuman. Menurut (Irawati, 2023) usaha kuliner memiliki karakteristik dalam penyajian, rasa dan presentasi.

Usaha kuliner merupakan usaha yang selalu memiliki pasar, karena makanan merupakan kebutuhan konsumsi yang sifatnya pokok. Oleh sebab itu diperlukan kreativitas dan inovasi agar usaha kuliner dapat memenuhi permintaan konsumen (Fakhirah, dkk, 2023). Kemasan makanan memiliki fungsi yang besar dalam usaha kuliner. Kemasan berperan sebagai pelindung makanan dan minuman agar mutunya terjamin dengan baik dalam jangka waktu yang relatif lebih lama. Kemasan yang bagus dapat menarik perhatian konsumen (A & Gunarsa, 2011). Selain kemasan, label makanan memiliki peran yang penting juga dalam penjualan makanan dan minuman karena label merupakan identitas atas produk yang dijual.

Desa Tugumukti yang berada di wilayah Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung Barat menjadi salah satu locus kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Nurtanio Bandung tahun 2024. Luas wilayah Desa Tugumukti adalah 383 hektar dengan jumlah penduduk kurang lebih sebesar 7200 jiwa, mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani dan buruh tani. Selain bekerja sebagai petani dan buruh pabrik, ada sebagian masyarakat desa yang berprofesi sebagai wirausaha yang memproduksi kue tradisional, kerupuk tulang, abon sapi, susu murni dan distribusi hasil pertanian. Berdasarkan observasi awal diketahui bahwa para pelaku UMKM Desa Tugumukti belum memiliki pengetahuan manajemen usaha yang memadai. Di Desa Tugumukti terdapat usaha kue tradisional Jawa Barat yang diproduksi di tempat tinggalnya, yaitu ali agrem Barokah Tugu. Hasil produksinya antara lain ali agrem, wajit putih dan angleng hitam. Pemilik usaha ini bernama ibu Ai dan usaha ini sudah berjalan kurang lebih selama 10 tahun. Usaha ini dikategorikan sebagai usaha mikro karena memenuhi ciri-ciri antara lain operasional usahanya dijalankan oleh perorangan, pengusahanya belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai, kualitas produk belum terstandar, desain dan jenis produk pun masih terbatas (Hermayanto, 2023). Usaha mikro pada umumnya tidak memiliki ijin usaha, dan pemilik usaha bersedia menerima

bimbingan asal dilakukan dengan pendekatan yang tepat (Ardiansyah, 2023).

UMKM ali agrem Barokah Tugu diidentifikasi sedang menghadapi masalah, yaitu kesulitan untuk menembus pasar yang luas dan mengembangkan jaringan distribusi. Salah satunya disebabkan karena hasil produksinya hanya menggunakan kemasan yang sederhana dan kurang menarik. Diketahui juga bahwa saat ini pemilik usaha belum memiliki surat ijin usaha dan belum menggunakan media sosial sebagai teknologi pemasaran. Hal ini menyebabkan pemasaran produk menjadi terbatas dan membuat usaha sulit berkembang. (A & Gunarsa, 2011) berpendapat bahwa penyebab produk usaha kecil sering ditolak perusahaan besar karena pengemasannya yang kurang menarik dan seadanya. Menanggapi permasalahan tersebut, Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang bersinergi dengan kegiatan Kelompok Kuliah Kerja Nyata Mahasiswa Terintegrasi (KKNMT) Universitas Nurtanio Bandung akan melakukan pendampingan dan pengembangan usaha untuk memperbaiki kondisi ini. Solusi yang diberikan adalah perbaikan kemasan dan pembuatan label makanan serta edukasi mengenai penggunaan media sosial sebagai media pemasaran. Kemasan tidak hanya berfungsi untuk membungkus makanan, tetapi kemasan dapat menyampaikan informasi mengenai produk dan membuat produk tersebut terlihat lebih menarik (Hapsari dkk, 2023). Label makanan juga merupakan hal yang perlu diperhatikan. Label makanan adalah gambar, tulisan atau kombinasi keduanya yang merupakan keterangan mengenai produk yang ditawarkan, Label dapat berfungsi sebagai identifikasi produk dan menjadi sarana pemasaran (A & Gunarsa, 2011). Hasil penelitian yang dilakukan (Prasetyo & Anggalih, 2023) menyatakan bahwa daya tarik visual label kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Namun hal ini sering kurang diperhatikan oleh para pelaku UMKM, padahal kemasan yang menarik dan label yang informatif dapat menjadi faktor utama dalam keberhasilan strategi pemasaran dalam membangun loyalitas konsumen (Maknun, dkk, 2024). Tanggapan konsumen pada penelitian yang dilakukan oleh (Tobing & Ardhyansyah, 2022) menyatakan bahwa produk yang diberikan label terlihat lebih menarik dibandingkan dengan produk serupa tanpa label. Penggunaan media sosial seperti Facebook dan Whatsapp Bisnis dapat digunakan untuk berinteraksi dengan pelanggan dan calon pelanggan dan sebagai media promosi (Ardiansyah, 2023). Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Veranita, dkk, 2022) menyatakan bahwa penggunaan media sosial dapat memudahkan *feedback* produk, membangun jejaring dengan konsumen, pemasok dan pesaing dengan cara yang lebih mudah dan murah,

Dengan demikian kemasan dan label kemasan pada produk makanan tradisional tersebut diharapkan dapat membuat produk ali agrem, wajit putih dan angleng hitam hasil produksi UMKM Barokah Tugu dapat lebih mudah dikenali. Edukasi mengenai penggunaan media sosial seperti Facebook dan Whatsapps Bisnis diharapkan dapat bermanfaat bagi pemilik usaha untuk mengoptimalkan media sosial sebagai sarana pemasaran secara digital untuk memperluas jaringan distribusi.

LOKUS KEGIATAN

Berdasarkan data yang diperoleh Administrasi Pemerintah Desa Tugumukti tahun 2024, Desa Tugumukti merupakan hasil pemekaran daerah dari Desa Pasirhalang yang terbentuk sejak tahun 1984. Desa Tugumukti termasuk wilayah Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung Barat, Provinsi Jawa Barat dengan luas wilayah 382,06 hektar. Berdasarkan hasil pemetaan situasi desa, wilayah Desa Tugumukti terbagi menjadi 4 Dusun, 13 RW, 44 RT dan Nandang Suherman menjabat sebagai Kepala Desa Tugumukti periode 2021-2029. Motto Desa Tugumukti adalah SEHAT (Sehat, Efektif, Harmonis, Agamis, Akuntabel dan Tertib). Desa Tugumukti telah menjadi desa

mandiri sejak tahun 2021 dengan potensi sumber daya pertanian dan peternakan serta destinasi wisata. Profil penduduk Desa Tugumukti disajikan pada tabel 1 berikut ini

Tabel 1- Profil Penduduk

Kategori	Penduduk	Jumlah	Persentase (%)
Jenis kelamin	Laki-laki	3781	53%
	Perempuan	3392	47%
	Total	7173	100%
Usia	< 3 tahun	558	8%
	3 – 6 tahun	947	13%
	7 – 12 tahun	1149	16%
	13 – 15 tahun	2275	32%
	16 – 18 tahun	1629	23%
	19 – 59 tahun	392	5%
	> 59 tahun	223	3%
	Total	7173	100%
Agama	Islam	7165	99,89%
	Non Islam	8	0,11%
	Total	7173	100%
Pekerjaan	Petani	1837	54%
	Buruh Tani	753	22%
	Buruh Pabrik	74	2%
	Pegawai Swasta	113	3%
	Wirausaha	113	3%
	Pegawai Negeri Sipil	28	1%
	TNI/Polri	6	0,18%
	Bidan/Perawat	10	0,29%
	Guru	37	1%
	Lainnya	439	13%
	Total	3410	100%

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa jumlah penduduk Desa Tugumukti adalah 7173 jiwa dengan 3781 orang berjenis kelamin laki-laki dan 3392 orang berjenis kelamin perempuan. Jika ditinjau dari struktur usia, penduduk berusia dibawah 15 tahun berjumlah 4929 orang, penduduk berusia 16 hingga 59 tahun berjumlah 2021 orang dan penduduk berusia di atas 59 tahun berjumlah 223 orang. Berdasarkan pemetaan tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar masyarakat adalah petani dan buruh tani, penduduk yang memiliki usaha jumlahnya hanya 3% dari total penduduk yang teridentifikasi pekerjaannya. Walaupun jumlah wirausahawan ini masih sangat kecil jumlahnya, namun maka tim program kerja bidang pengembangan UMKM merasa penting untuk melakukan pengembangan sebagai upaya untuk pemberdayaan masyarakat dan meningkatkan pendapatan.

PERMASALAHAN MITRA

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimulai pada tanggal 7 Agustus 2024 yang awali dengan kunjungan dan keterlibatan tim dalam proses produksi makanan tradisional. Ibu Ai, pemilik usaha ali agrem Barokah Tugu berpendapat bahwa makanan tradisional merupakan ciri budaya suatu daerah sehingga perlu dilestarikan agar tidak punah. Ali agrem adalah kue tradisional berbentuk seperti cincin berbahan baku tepung beras dan gula merah, sedangkan wajit putih dan anglenng hitam adalah kue tradisional yang berbahan baku tepung ketan, gula pasir dan kelapa. Setelah dilakukan observasi dan wawancara dengan pemilik usaha, tim pengembangan UMKM menilai bahwa usaha makanan tradisional ini wajib dipertahankan dan layak dikembangkan. Adapun beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi antara lain produk makanan tradisional belum menggunakan kemasan yang menarik, produk tidak memiliki label pada kemasan, usaha belum memiliki Surat Ijin Berusaha (SIB) dan pemilik usaha belum memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produknya.

Menanggapi masalah tersebut, maka diperlukan solusi untuk pengembangan usaha antara lain pembuatan kemasan produk, label kemasan dan edukasi pemanfaatan media sosial untuk mendukung aktivitas pemasaran. Selain itu diperlukan juga pembuatan Surat Ijin Berusaha (SIB) sebagai aspek legalitas usaha untuk menunjukkan bahwa usaha tersebut terdaftar di pemerintah setempat dan memungkinkan juga usaha ini untuk memanfaatkan program-program yang diberikan pemerintah seperti pelatihan, pendampingan usaha, bahkan pemberian pinjaman modal. Kegiatan ini melibatkan dosen sebagai penasehat, mahasiswa sebagai fasilitator, para pelaku UMKM dan karang taruna di RW 07 Desa Tugumukti Kecamatan Cisarua sebagai peserta.



Gambar 1 – Diskusi dengan Pemilik Usaha

SOLUSI PERMASALAHAN**a. Pembuatan label kemasan**

Produk yang dijual oleh UMKM Barokah Tugu adalah makanan tradisional Jawa Barat yaitu ali agrem, wajit putih dan anglenng hitam. Selama ini makanan tersebut dijual dengan menggunakan kemasan sederhana dan tanpa label makanan.



Gambar 2 – Produk Makanan Tradisional UMKM Barokah Tugu

Setelah melakukan diskusi, tim pengembangan UMKM memberikan saran kepada pemilik usaha untuk memperbaiki bentuk kemasan dan menggunakan label pada kemasan, agar produk terlihat lebih menarik dan mudah dikenal oleh konsumen. Langkah pertama yang dilakukan oleh tim untuk pembuatan label adalah wawancara dan diskusi dengan pemilik usaha untuk mengetahui karakteristik produk, konsep visual label kemasan dan sasaran penjualan produk.

Selanjutnya berdasarkan hasil diskusi dengan pemilik usaha dan pertimbangan anggota tim bahwa saat ini produk hanya dijual di pasar tradisional atau kios pedagang makanan, maka tim menyarankan penggunaan kemasan yang aman dan tidak mudah sobek, yaitu plastik mika dan *stand up* plastik seperti pada Gambar 2. Pemilihan kemasan ini berdasarkan pertimbangan bahwa bahan mudah didapat dan aman, karena sering kali produk makanan tersebut disusun dengan tidak teratur atau dengan cara ditumpuk.



Gambar 3 – Kemasan Makanan yang Disarankan

Label makanan dengan desain sederhana, jelas dan mudah terbaca, dibuat menyesuaikan keinginan pemilik usaha yaitu label sebagai identifikasi produk. Fungsi identifikasi menurut (A & Gunarsa, 2011) adalah label memberikan informasi untuk mengidentifikasi secara jelas mengenai makanan yang dijual. Label makanan yang dibuat dan telah disetujui oleh pemilik usaha dapat dilihat pada Gambar 4. Informasi yang tertera dalam label makanan ini meliputi merk produk, nama produk, komposisi bahan yang digunakan, nomor registrasi PIRT (Produk Makanan Untuk Industri Rumah Tangga), dan nomor telepon untuk pemesanan



Gambar 4 – Desain Label Makanan

b. Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB)

NIB merupakan singkatan dari Nomor Induk Berusaha, yang merupakan identitas resmi bagi pelaku usaha UMKM yang dikeluarkan oleh Lembaga *Online Single Submission* (OSS). Pemilik usaha Barokah Tugu sebelumnya tidak memahami manfaat memiliki legalitas usaha dan mereka juga tidak memahami cara membuat izin usaha tersebut. Menurut (Ekasari, 2024) dengan memiliki NIB, pelaku usaha mendapatkan banyak manfaat antara lain kemudahan dalam mengurus sertifikat PIRT, mengurus sertifikat halal, mengakses fasilitas Kredit Usaha Rakyat (KUR), memperoleh perlindungan usaha dan manfaat lainnya. Oleh sebab itu pembuatan NIB sangat disarankan oleh tim pengembangan UMKM agar UMKM Barokah Tugu dapat semakin produktif dan NIB dapat diterbitkan pada tanggal 26 Agustus 2024.



Gambar 5 – Penyerahan NIB

c. Edukasi penggunaan media sosial

Edukasi yang difasilitasi oleh mahasiswa KKNMT Universitas Nurtanio bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pelaku usaha tentang perkembangan teknologi khususnya penggunaan media sosial sebagai media pemasaran. Media sosial seperti WhatsApp Bisnis dan Facebook dapat digunakan sebagai media iklan sehingga produk dapat dikenal di berbagai daerah dan menjangkau pasar yang lebih luas. WhatsApp Bisnis dapat digunakan untuk memuat daftar produk dan harga, sedangkan Facebook dapat digunakan sebagai media untuk menarik perhatian calon pelanggan melalui konten yang menarik (Hapsari, dkk, 2023). Facebook merupakan salah satu media sosial yang sangat mudah penggunaannya sehingga dapat digunakan oleh semua kalangan bahkan untuk orang yang baru mengenal media sosial (Fatikha & Fauzi, 2024). Kegiatan edukasi dilakukan dengan cara ceramah dan interaksi langsung dengan para pelaku usaha UMKM di rumah Ketua RW 07. Melalui kegiatan edukasi ini fasilitator memberikan contoh konten yang menarik untuk ditampilkan pada akun Facebook, seperti foto produk yang berkualitas dan video singkat cara pembuatan ali agrem.



Gambar 6 - Pelaksanaan Kegiatan Edukasi



Gambar 7 – Akun Facebook Ali Agrem Barokah Tugu

METODE DAN PELAKSANAAN KEGIATAN PKM

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini merupakan kegiatan sinergi antara mahasiswa KKNMT dan dosen Universitas Nurtanio Bandung. Metode yang dilakukan adalah *Participatory Action Research* (PAR) yaitu penelitian yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat untuk membawa perubahan dalam masyarakat. Tujuannya adalah pemberdayaan Masyarakat melalui kegiatan-kegiatan transformatif yang dapat mengubah kondisi sosial mereka menjadi lebih baik. Kegiatan ini dilaksanakan secara berkelompok dengan anggota yang terdiri dari 2 orang dosen sebagai penasehat dan dibantu oleh 8 orang mahasiswa. Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

1. Observasi dan wawancara awal
Pelaksanaan kegiatan divisi pengembangan UMKM diawali dengan kunjungan ke beberapa rumah produksi UMKM dan akhirnya dipilih UMKM Barokah Tugu sebagai mitra kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kunjungan ini bertujuan untuk menggali informasi, mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh pemilik usaha dan tawaran solusi atas pemecahan masalah yang dihadapi.
2. Persiapan
Pada tahap persiapan, tim pengembangan UMKM melakukan rapat koordinasi dengan anggota tim program kerja bidang pengembangan UMKM. Tujuan dari rapat ini adalah melakukan identifikasi masalah melalui forum diskusi atas hasil kunjungan awal ke rumah produksi ali agrem Barokah Tugu. Berdasarkan hasil diskusi, tim merumuskan bahwa masalah yang dihadapi UMKM Barokah Tugu dapat segera ditanggapi melalui usulan pembuatan kemasan, label kemasan, pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) dan penggunaan media sosial sebagai media pemasaran.



Gambar 8 - Diskusi Persiapan Progam Kerja

3. Pelaksanaan
Pada tahap ini akan dilakukan beberapa kegiatan dalam proses pengembangan usaha. UMKM Barokah Tugu yang dipilih sebagai mitra kegiatan adalah usaha yang memproduksi makanan tradisional Jawa Barat, yaitu ali agrem, wajit putih dan angkleng hitam. Makanan tradisional Jawa Barat ini rasanya manis dan terbuat dari tepung beras atau tepung ketan. Ali agrem sebelumnya hanya dibungkus dengan plastik tipis, sedangkan wajit putih dan angkleng hitam hanya menggunakan kertas tipis sebagai pembungkus produk. Produk-produk ini disarankan menggunakan kemasan yang lebih baik dengan label makanan yang telah disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pemilik usaha. Selanjutnya UMKM akan dibuatkan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai bukti legalitas usaha dan para pelaku UMKM juga diberikan edukasi mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran.
4. Monitoring
Tahap monitoring adalah proses untuk menganalisis terkait pelaksanaan kegiatan dan untuk mengetahui kesesuaian atas tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan. Tim pengembangan UMKM memastikan bahwa produk makanan tradisional ali agrem, wajit putih dan angkleng hitam dijual dengan menggunakan kemasan yang baru dan menggunakan label makanan agar tampilan produk menjadi lebih menarik sehingga harapan peningkatan penjualan dapat tercapai.
5. Evaluasi
Tahap terakhir dari kegiatan ini adalah evaluasi untuk memastikan bahwa kegiatan pengembangan UMKM ini berjalan dengan lancar dan tujuan tercapai, yaitu peningkatan tampilan produk serta jangkauan pasar yang lebih luas. Kegiatan edukasi diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan pengetahuan pelaku usaha dalam menggunakan media sosial sebagai media pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bersinergi dengan kegiatan KKNMT mahasiswa Universitas Nurtanio di Desa Tugumukti Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung Barat yang bertema “Pemberdayaan Sumber Daya melalui Inovasi dan Digitalisasi sebagai Upaya Pengembangan UMKM di Desa Tugumukti” bertujuan untuk membantu pemilik usaha Barokah Tugu agar hasil produksi Barokah Tugu memiliki tampilan produk yang menarik dan semakin dikenal luas sehingga berdampak pada peningkatan penjualan dan pendapatan. Usulan pembuatan kemasan dan label kemasan merupakan solusi yang diberikan tim untuk pengembangan produk karena kurangnya kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya kemasan sebagai daya tarik

produk. Padahal, label dan kemasan produk menjadi hal pertama yang dilihat oleh calon pelanggan kita (Fathan, 2023). Kegiatan pengembangan produk melalui perbaikan kemasan diharapkan dapat menjadi solusi bagi pemilik usaha untuk menjadikan produk lebih aman.

Namun kemasan yang tidak diberi label terlihat kurang menarik karena tidak ada informasi atas produk yang dijualnya. Usulan pembuatan label makanan yang disertakan dalam kemasan berupa gambar dan tulisan, dapat membuat tampilan produk lebih menarik dan informatif karena memberikan keterangan terkait produk yang dijual. Kemasan yang menarik dan label makanan diharapkan dapat membuat makanan tradisional ini masuk ke pasar modern sehingga ali agrem, wajit putih dan angling hitam dapat semakin dikenal dan terjaga keberadaannya. Pembuatan kemasan dan label juga bermanfaat bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan teori yang diperoleh saat perkuliahan, antara lain komunikasi pemasaran melalui komponen simbolis dalam label kemasan atau merk. Pembuatan label kemasan dan merk juga meningkatkan kemampuan mahasiswa untuk memberikan ide kreatif melalui desain grafis.

Menurut (Hakim, 2023) pelaku usaha wajib memiliki perizinan usaha dalam melakukan kegiatan usaha di sektor perdagangan sesuai ketentuan yang berlaku. NIB Barokah Tugu yang diterbitkan pada tanggal 26 Agustus 2024 memiliki beberapa manfaat antara lain usaha telah memiliki identitas, pemilik mendapatkan kesempatan pendampingan usaha dari pemerintah, usaha memiliki kesempatan untuk memperoleh program-program pengembangan usaha yang disediakan oleh pemerintah terutama akses permodalan seperti Kredit Usaha Kecil (KUR). Dengan adanya NIB, memungkinkan usaha tersebut mendapatkan kesempatan kerja sama dengan pihak lain sehingga bisnisnya semakin berkembang (Nasir, 2025). Pembuatan NIB ini bermanfaat juga bagi mahasiswa sebagai bentuk implementasi untuk lebih memahami topik mengenai pemenuhan aspek legalitas usaha pada mata kuliah Hukum Bisnis.

Edukasi pemanfaatan media sosial meningkatkan kesadaran para pelaku UMKM bahwa dengan perkembangan teknologi informasi ada banyak cara untuk melakukan promosi dan memperluas jangkauan usahanya. Foto produk dengan kualitas yang baik dapat meningkatkan nilai dari suatu produk dan dapat menarik minat pembeli. Media sosial seperti Facebook dan Whatsapp dapat memperluas jangkauan usaha sehingga potensi penjualan dapat ditingkatkan. Namun kurangnya pengetahuan mengenai pengelolaan sosial media dan kurangnya ketrampilan membuat konten yang menarik serta tidak ada operator khusus yang mengelola akun media sosial menjadi kendala bagi UMKM Barokah Tugu untuk memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi pemasaran.

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Nurtanio telah memberikan dampak yang positif bagi pengembangan usaha UMKM Barokah Tugu dan UMKM lainnya. Pemilik usaha telah memiliki pemahaman mengenai pentingnya kemasan yang menarik dan label makanan sebagai identitas produk. UMKM Barokah Tugu telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai bukti legalitas usaha dan memungkinkan untuk memperoleh manfaat lain atas aspek legalitas tersebut. Pemilik usaha telah memiliki pemahaman mengenai penggunaan media sosial untuk aktivitas pemasaran dan promosi sebagai upaya memperluas jangkauan penjualan. Walaupun program ini belum dapat dijalankan karena keterbatasan kemampuan pengelolaan media sosial, namun pelaku usaha sudah memiliki pemahaman mengenai manfaat media sosial sebagai media pemasaran. Produk makanan tradisional ali agrem, wajit putih dan angling hitam yang di produksi oleh UMKM Desa Tugumukti merupakan makanan tradisional yang perlu dipertahankan dan layak untuk dikembangkan. Penggunaan kemasan yang menarik dan pemanfaatan media sosial yang

baik diharapkan dapat memperluas jaringan pemasaran sehingga dapat meningkatkan pendapatan usaha tersebut.

SARAN

Untuk pengembangan usaha UMKM, disampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Perlunya inovasi dalam desain kemasan dan label kemasan agar produk semakin menarik dan layak dijual di pasar modern, misalnya penggunaan kertas stiker *glossy* untuk label kemasan agar warna lebih tajam. Pada label kemasan sebaiknya diberikan informasi mengenai tanggal kadaluarsa untuk produk makanan tradisional tersebut.
2. Perlu adanya pemantauan berkelanjutan untuk mengetahui keberlangsungan penggunaan kemasan dan label kemasan yang telah dibuat oleh tim pengembangan UMKM mahasiswa KKNMT Universitas Nurtanio Bandung.
3. Perlunya peningkatan kemampuan pengelolaan bisnis secara *online* bagi pelaku usaha UMKM di Desa Tugumukti melalui pengembangan kerja sama Desa Binaan Universitas Nurtanio Bandung.
4. Pelaku UMKM dapat memanfaatkan NIB untuk mendapatkan fasilitas pengembangan usaha dari pemerintah misalnya fasilitas Kredit Usaha Rakyat untuk menambah modal usaha.
5. Pemilik usaha makanan tradisional dapat membuat merek yang mudah diingat, mudah dibaca dan mudah diucapkan untuk membuat perbedaan dengan produk sejenis lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik atas Kerjasama dan kontribusi berbagai pihak khususnya kami ucapkan kepada Rektor Universitas Nurtanio Bandung beserta para Wakilnya, Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Nurtanio Bandung, Dosen Pembimbing Lapangan, mahasiswa peserta Kuliah Kerja Nyata Mahasiswa Terpadu, perangkat Desa Tugumukti, pelaku UMKM dan Masyarakat Desa Tugumukti yang telah memberikan dukungan atas terlaksananya kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Y., & Gunarsa, D. (2011). *Cerdas Mengemas Produk Makanan dan Minuman*. Jakarta: AgroMedia Pustaka.
- Ardiansyah, M. (2023). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Menggerakkan Perekonomian di Indonesia. In M. Ardiansyah, L. Hakim, D. Rinova, & dkk, *Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Menuju Sustainable Development Goals (SDGs) di Era Global* (p. 9). Indramayu: Adanu Abimata.
- Ayodya, W. (2016). *Business Plan Usaha Kuliner Skala UMKM*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ekasari, S. A. (2024). Retrieved from <https://fh.undip.ac.id/>: <https://fh.undip.ac.id/nomor-induk-berusaha-menuju-umkm-yang-berlegalitas-dan-maju/>
- Fakhirah, D., Nurhayati, Ningsih, D. A., Jumardi, & Salfianur. (2023). Pengembangan Usaha Melalui Pelabelan Kemasan dan Pembuatan Akun Sosial Media pada Produk UMKM Bolu Cukke' di Desa Lamatti Riawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Hukum*, 2(1), 59-67.

- Fathan, M. A. (2023, November 19). Retrieved from <https://ukmindonesia.id/https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/resep-memikat-pembeli-9-cara-membuat-desain-label-yang-profitable-untuk-produk-umkm>
- Fatikha, L. N., & Fauzi, M. M. (2024). Penerapan Strategi Digital Marketing Melalui Platform Media Sosial Facebook Ads. *Santri: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 2(4), 198-206. doi:<https://doi.org/10.61132/santri.v2i4.819>
- Hakim, L. (2023). Perlindungan Hukum bagi Pelaku Usaha UMKM. In Ardiansyah, D. Rinova, E. B., & dkk, *Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Menuju Sustainable Development Goals (SDGs) di Era Global*. Indramayu: Adanu Abimata.
- Hapsari, R., Ayuni, R. F., & Hussein, A. S. (2023). *Komunikasi Pemasaran untuk Usaha Kecil dan Menengah*. Malang : Universitas Brawijaya Press.
- Hermayanto, R. (2023). *Strategi Pemasaran UMKM*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Irawati, S. A. (2023). *Ekonomi Kreatif dan UMKM Kuliner Pendongkrak Ekonomi Rakyat*. Malang: Media Nusa Creative.
- Maknun, L., Daryono, Hidayah, A., Damayanti, M. A., & Kusumaningrum, A. (2024). Pengembangan Branding UMKM Dapur Wongso melalui Desain Ulang Logo, Label Kemasan, dan Stiker serta Pengelolaan Media Sosial. *Krepa: Kreativitas Pada Abdimas*, 3(3), 31-40. doi:[10.9765/Krepa.V218.3784](https://doi.org/10.9765/Krepa.V218.3784)
- Nasir, H. (2025, Februari). Retrieved from <https://www.bandungbaratpos.com/https://www.bandungbaratpos.com/realisasi-capaian-nib-di-kabupaten-bandung-barat-ditahun-2024-melampaui-target-2/?amp=1>
- Prasetyo, R. D., & Anggalih, N. N. (2023). Perancangan Label UMKM Susu Kedelai Havva di Kota Nganjuk. *Desgrafia*, 1(1), 187-198.
- Tobing, D. S., & Ardhyansyah, G. (2022). Sosialisasi UMKM dan Pembuatan Label Produk Sebagai Produk Pengembangan UMKM Lokal Desa Sumber Sari Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Applied*, 1(2), 85-95.
- Veranita, M., Almamalik, L., & Ikhsan, S. (2022). Pemanfaatan Pemasaran Melalui Media Sosial oleh UMKM Di Era Pandemi. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, XIII(1), 89-96.