

Pelatihan Pembuatan Label sebagai Dokumen Terekam pada Produk Tujuan Ekspor di UKM MomsChips Kota Batu Jawa Timur

Oleh :

Rizky Kurniawan Murtiyanto¹, Rizka Rahmawati², Erlangga Andi Sukma³,
Winda Rahmawati⁴

^{1),2),3),4)}Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang
E-Mail : rizkykurniawan31@gmail.com^{1)***}

Abstrak

Label adalah bagian yang sangat penting dalam *packaging* atau kemasan sebuah produk, terlebih lagi produk makanan. Label pada produk makanan tidak hanya berisi tentang nama makanan ataupun pembuatnya, tetapi label dalam produk makanan berisi tentang informasi atau kandungan produk, mulai dari bahan-bahan, nilai gizi, tanggal pembuatan dan kadaluarsa. Hal ini menjadikan label sebagai media komunikasi antara konsumen dan pembuat produk, serta sebagai janji produsen kepada konsumen yang terekam/tertulis. Untuk produk makanan tujuan ekspor, selain menyampaikan informasi yang lengkap, label juga harus disesuaikan dengan negara tujuan eksportnya, dengan menggunakan bahasa internasional yaitu bahasa Inggris yang baik dan benar. MomsChips sebagai UKM penghasil makanan ringan (*snack*) dengan tujuan pasar ekspor, penting untuk diberikan pelatihan terkait dengan pembuatan label yang memenuhi syarat internasional. Diharapkan nantinya UKM MomsChips dapat membuat label sendiri dengan desain dan bahasa yang baik untuk memberikan jaminan kualitas secara lengkap pada produk mulai kemasan sampai dengan isi.

Kata Kunci: *Label, Dokumen Terekam, Ekspor, UKM*

1. Pendahuluan

Label merupakan wajah sebuah produk, saat kita ingin membeli sebuah produk di toko manapun, hal yang pertama kita lihat adalah membaca label yang ada pada kemasan produk. Label sendiri secara pengertian adalah bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual (Tjiptono, 2013). Pengertian lainnya disebutkan oleh Bob (2019), label sebagai tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu

kesatuan dengan kemasan. Label dapat mencantumkan merek atau informasi. Label adalah setiap keterangan mengenai pangan olahan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan olahan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian dari kemasan (Iltham & Nizar, 2019). Menurut Suciarto (2018), label ada beberapa macam:

1. Label produk (*product label*) adalah bagian dari pengemasan sebuah produk

- yang mengandung informasi mengenai produk atau penjualan produk.
2. Label merek (*brand label*) adalah nama merek yang diletakkan pada pengemasan produk.
 3. Label tingkat (*grade label*) mengidentifikasi mutu produk, label ini bisa terdiri dari huruf, angka atau metode lainnya untuk menunjukkan tingkat kualitas dari produk itu sendiri.
 4. Label diskriptif (*descriptive label*) mendaftar isi, menggambarkan pemakaian dan mendaftar ciri-ciri produk yang lainnya.

Pemberian label merupakan elemen yang sangat penting yang seharusnya mendapat perhatian yang seksama dengan tujuan untuk menarik para konsumen. Lebih lanjut Susilawati dan Joharudin (2023) menyebutkan fungsi label, yaitu:

1. Label mengidentifikasi produk
2. Label menentukan kelas produk
3. Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakan, dan bagaimana menggunakan secara aman)
4. Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik.

Merujuk pada jenis dan fungsi dari label, maka peran label sebagai sumber informasi dan sarana memasarkan produk, maka dalam perencanaannya juga harus dilakukan secara seksama.

Pada perusahaan-perusahaan ternama bahkan desain label menjadi hal yang sangat krusial dan ada tim khusus yang melakukan penelitian terkait dengan label, *font* yang akan dipakai, gambar yang akan digunakan, informasi apa saja yang akan dituliskan, warna seperti apa yang akan dipakai, bagaimana *trend* yang ada di masyarakat saat ini, dan bagaimana penataan dan kombinasi tulisan dan gambar yang akan digunakan, adalah hal-hal yang perlu dipertimbangkan dalam mendesain label. Hal ini sangat penting dilakukan karena label adalah sarana komunikasi awal dan juga merupakan representasi perusahaan yang pertama kali akan dilihat oleh konsumen sebelum akhirnya mencoba produk itu sendiri. Maka tidak dapat dipungkiri bahwa dalam perencanaan label perlu waktu dan tim khusus. Namun hal ini akan sangat sulit dilakukan pada UKM, selain karena keterbatasan karyawan, alokasi dana juga harus dipertimbangkan jika harus mengalokasikan tenaga dan waktu tersediri untuk melakukan penelitian mendalam terkait label.

Seiring dengan pemulihan ekonomi yang ada di dunia, pemerintah Indonesia juga terus berupaya untuk mendorong perbaikan konsumsi dan investasi. Kontribusi UKM dan UMKM terhadap perekonomian Indonesia sangat luar biasa, dan salah satu yang ingin ditingkatkan oleh pemerintah bagi UKM adalah

kemampuannya untuk mengekspor produk ke luar negeri sehingga jangkauan pasarnya akan semakin meluas dan dapat meningkatkan pendapatan. Namun berdasarkan data, kemampuan ekspor UMKM masih terbatas sekitar 14,37% dari total ekspor. Keadaan ini membuat pemerintah semakin menggalakkan peningkatan performa UKM dalam mengekspor produk-produknya. Sehingga kemampuan membuat label sebagai dokumen terekam merupakan salah satu cara dalam meningkatkan performa ekspor UKM.

MomsChips adalah salah satu UKM di Kota Batu Jawa Timur yang memproduksi makanan ringan (*snack*) hasil olahan buah dan sayuran. Buah dan sayuran diperoleh dari petani setempat, mengingat Kota Batu merupakan salah satu daerah penghasil buah dan sayur terbaik di Jawa Timur. Buah unggulan seperti apel, stroberi, dan aneka sayuran seperti brokoli, jamur, kentang, wortel dan lainnya diolah menjadi kripik yang dipasarkan di dalam negeri dan luar negeri. MomsChips seperti umumnya UKM dikelola secara perseorangan dengan manajemen sederhana. Seiring berjalananya waktu, Momchips melalui bantuan pemerintah atau pemerintah daerah setempat diikutkan pada ajang pameran produk, sehingga ada kesempatan bertemu dengan pembeli luar negeri. Sejak saat itu, MomsChips membuka diri untuk menerima

pesanan dari luar negeri, dengan bantuan pihak ketiga (*trader*).



Gambar 1. Proses Produksi di MomsChips

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan dengan metode partisipatif, yaitu suatu metode yang melibatkan pelaku pengabdian untuk berperan serta secara langsung pada kegiatan yang dilakukan oleh khalayak sasaran. Metode ini dipilih untuk mendapatkan gambaran dan identifikasi yang jelas, sehingga dengan mudah ditemukan permasalahan dari mitra dan selanjutnya dapat ditentukan pilihan solusi yang tepat. Berikut beberapa metode partisipatif yang dilakukan, sesuai dengan permasalahan yang telah disampaikan sebelumnya:

1. Penyuluhan, agar mitra dapat memahami pentingnya lebel pada packaging produk.
2. Diskusi, sebagai kegiatan tindak lanjut dari penyuluhan, yaitu memberikan waktu kepada mitra untuk bertanya, menyampaikan pendapat untuk selanjutnya diberikan saran dan masukan serta solusi atas permasalahan yang dihadapi mitra.

3. Pendampingan, setelah dilakukan pengarahan dan diskusi bersama, akhirnya ditemukan langkah-langkah yang dilakukan untuk memecahkan masalah.
4. Evaluasi, dilakukan evaluasi atas pelaksanaan kegiatan PPM apakah telah tepat sasaran dan mampu memberikan solusi kepada mitra, dengan cara memberikan kuesioner kepuasan kepada mitra.

3. Hasil dan Pembahasan

Rencana pemecahan masalah yang diangkat pada kegiatan ini adalah memberikan pengetahuan terkait pentingnya label kemasan untuk produk ekspor. Bagaimana sebuah label harusnya direncanakan secara seksama karena label sebagai media komunikasi langsung antara pembeli dan produsen. Adanya keterbatasan dana, membuat UKM tidak memiliki pengetahuan yang cukup dan tim yang khusus yang mempelajari lebih mendalam tentang label, hal ini membuat pelabelan produk diserahkan pada pihak lain, yang terkadang mengalami banyak revisi terkait dengan isi. Seperti terkait dengan informasi yang perlu disajikan, umumnya mereka tidak mengetahui dengan baik tentang produk tersebut, seperti terkait bahan-bahan dan kandungan gizi, hal ini membuat sering kali ada kesalahan. Ketidaktepatan lain yang biasanya muncul

adalah para pendesain luar ini tidak mengetahui tentang negara tujuan ekspor, sehingga mereka tidak memahami *trend* yang ada. Kendala lain yang terjadi adalah masalah bahasa, seperti yang diketahui, bahasa yang muncul di label kemasan produk harus dalam bahasa tujuan ekspor, atau minimal dalam bahasa Inggris, dimana sering sekali terjadi *misspelling* dalam penulisannya. Selain itu, permasalahan dengan mempekerjakan *designer* dari luar adalah terkait dengan pengarsipan dokumen. Saat desain jadi sudah diserahkan, maka *file* yang diterima hanya *file* jadi, pemilik tidak bisa melakukan revisi atau perubahan sendiri di masa mendatang, sehingga menyebabkan kesulitan dalam pengarsipan label pada kemasan produk.

Solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan masalah mitra adalah dengan memberikan pengetahuan yang cukup terkait dengan pelabelan pangan olahan yang diatur dalam Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan, harus mencakup unsur apa saja yang dimasukkan dalam sebuah label. Dalam label pangan olahan memuat paling sedikit mengenai:

1. nama produk, meliputi nama jenis dan mana dagang (bila ada);
2. daftar bahan yang digunakan;
3. berat bersih atau isi bersih;

4. nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor;
5. halal bagi yang dipersyaratkan;
6. tanggal dan kode produksi;
7. keterangan kedaluarsa;
8. nomor izin edar;
9. asal usul bahan pangan tersebut.

Selain itu keterangan tersebut di atas, pada label pangan olahan juga wajib mencantumkan keterangan lain yaitu:

1. informasi nilai gizi
2. 2D Barcode
3. Keterangan lain yang diwajibkan sesuai peraturan perundang-undangan

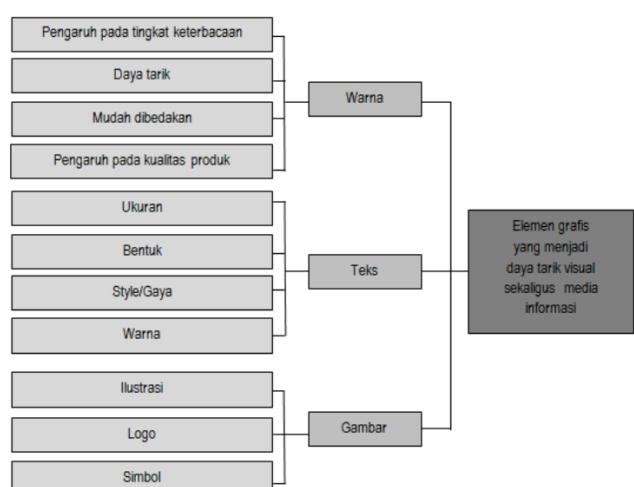
Fungsi dari label pun harus diperhatikan, yaitu:

1. Memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan
2. Berfungsi sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik.
3. Memberi petunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yang optimum.
4. Saran periklanan bagi produsen
5. Memberi ‘rasa aman’ bagi konsumen.

Selain informasi tertulis diperlukan juga infomasi visual dapat ditampilkan melalui tipografi, warna dan gambar. Tampilan

grafis memiliki nilai estetis dan memuat informasi yang memadai menjadi representasi dari produk yang ditawarkan. Desain grafis pada label dan kemasan membentuk kontak pribadi antara produsen dan konsumen serta menciptakan efek psikologis tertentu pada individu. Terdapat tiga elemen utama pada grafis kemasan, yaitu:

- a. Teks
- b. Warna
- c. Elemen visual yang terdiri dari foto, ilustrasi, ornamen dan sebagainya.



Gambar 2. Elemen Grafis pada Kemasan

Aspek Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional juga diajarkan sesuai dengan kebutuhan informasi yang akan dimasukkan dalam label, karena produk yang dihasilkan merupakan produk yang akan dieksport.



Gambar 3. Tampilan Label di Kemasan

4. Kesimpulan

Pelaksanaan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Pelatihan Pembuatan Label sebagai Dokumen Terekam pada Produk Tujuan Ekspor di UKM MomsChips Kota Batu Jawa Timur” memiliki tujuan untuk memberikan bimbingan dan pelatihan kepada UKM MomsChips mengingat UKM memiliki potensi untuk berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Dengan pelatihan ini, diharapkan UKM MomsChips dapat menerapkan pengelolaan atau manajemen yang profesional yaitu mengikuti kebijakan yang berlaku, mengikuti perkembangan selera masyarakat baik domestik maupun luar negeri.

Label sebagai janji atau jaminan kualitas sebuah produk, penting untuk menjadi perhatian. Selain itu, sebagai rekaman dokumen jika dikemudian hari diperlukan sebagai data untuk pengambilan kebijakan, atau sebagai bukti otentik dari sebuah produk. Label juga dapat sebagai sarana *branding* untuk menampilkan performa, citra yang dapat memberikan

ISSN 2986-2590 (Media Online)
Volume 1, Nomor 2, November 2023

nilai positif dari konsumen untuk perusahaan.

Daftar Pustaka

- Bob, F. (2019). *Buku Ajar Manajemen Label dan Kemasan*. Jakarta: PT Lontar Digital Asia.
- Iltiham, M. F., & Nizar, M. (2019). *Label Halal Bawa Kebaikan*. Pasuruan: Perpustakaan Nasional: Katalog dalam Terbitan.
- Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan
- Suciarto, S. (2018). *Pengembangan Produk, Branding dan Pemberian Label pada Kemasan Produk*. Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata.
- Susilawati, C., & Joharudin, A. (2023). *Labelisasi Halal dan Purchase Intention pada Produk Halal Non Makanan*. Bandung: Widina.
- Tjiptono, F. (2013). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Bayumedia Publishing.