

## PENYULUHAN PENTINGNYA PEMBUATAN LABEL PRODUK UMKM DESA MAJAU KECAMATAN SAKETI

Ravindra Safitra Hidayat<sup>1</sup>, Yuwono<sup>1</sup>, Rizky Eka Prasetya<sup>2</sup>, Elizabeth<sup>1</sup>, Yugi Setyarko<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>Prgram Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur

<sup>2</sup>Program Studi Sekretari, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur

### Article Info

#### Article history:

Received May 4, 2023

Revised Jan 1, 2023

Accepted Jun 30, 2024

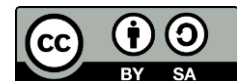
#### Keywords:

Educating,  
Creating Product Labels,  
MSMEs,  
Majau Village

### ABSTRACT

Product labels are essential for MSMEs as they strengthen brand identity and distinguish products from competitors. Labels also help customers understand product specifications and quality, influencing purchasing decisions and improving product image. A counseling program in Majau Village, Saketi District, was conducted to increase MSME actors' knowledge and awareness of the importance of product labeling for business sustainability and growth. Based on pre- and post-test data, there was a significant improvement in participants' understanding and awareness after the activity. The results indicate that the program successfully enhanced MSME actors' ability to develop their businesses and communicate product information more effectively. Additionally, the activity increased participants' interest in creating product labels, as shown by the higher number of respondents recognizing their importance after the session. Therefore, continued socialization efforts are necessary to support MSMEs in developing their products and expanding their market reach.

*This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.*



#### Corresponding Author:

Rizky Eka Prasetya

Universitas Budi Luhur

Jl. Ciledug Raya. Pesanggrahan. Jakarta Selatan

Email: rizky.ekaprasetya@budiluhur.ac.id

#### How to Cite:

Hidayat, R.S., yuwono., Prasetya, R.E., elizabeth., & Setyarko, Y.,. (2026). Penyuluhan Pentingnya Pembuatan label Produk UMKM Desa Manjau Kecamatan Saketi. Sinergi Abdimas, 3(1), 39-51.

## 1. PENDAHULUAN

UMKM Desa Majau, Kecamatan Saketi merupakan salah satu sumber perekonomian yang penting bagi masyarakat desa Majau Kecamatan Saketi. UMKM memiliki peran yang besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan membantu pemerintah dalam mengatasi masalah pengangguran. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu bersaing dengan produk-produk dari daerah lain. Salah satu faktor yang menyebabkan hal ini terjadi adalah kurangnya perhatian terhadap kualitas dan daya saing produk, salah satunya adalah pembuatan label produk yang belum konsisten.

Dalam era persaingan global saat ini, label produk menjadi salah satu hal yang sangat penting dalam mempromosikan produk. Label produk yang baik dan konsisten akan memudahkan konsumen dalam mengenali produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM Desa Majau. Selain itu, label produk yang sesuai standar juga dapat meningkatkan citra dan reputasi produk di mata konsumen. Pembuatan label produk yang konsisten dan sesuai standar sangat penting bagi pelaku UMKM Desa Majau. Dengan label produk yang baik, pelaku UMKM dapat lebih mudah memasarkan produknya dan meningkatkan daya saing produk di pasaran. Selain itu, pembuatan label produk yang sesuai standar juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM Desa Majau.

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam pembuatan label produk ini sangat penting karena dapat memberikan pemahaman tentang pentingnya pembuatan label produk bagi pelaku UMKM Desa Majau. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, akan diberikan penjelasan tentang cara pembuatan label produk yang baik dan konsisten serta pentingnya mematuhi standar dalam pembuatan label produk. Dengan meningkatkan kualitas dan daya saing produk UMKM Desa Majau, diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat dan membuka peluang untuk mengembangkan pasar produk UMKM Desa Majau ke wilayah lain. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat dalam pembuatan label produk ini perlu dilakukan secara serius dan konsisten agar dapat memberikan manfaat optimal bagi pelaku UMKM Desa Majau.

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, akan dilakukan beberapa langkah untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam pembuatan label produk.

Berikut adalah tabel rencana pemecahan masalah dilakukan meliputi:

Tabel 1: Rencana pemecahan masalah

Langkah Kegiatan	Definisi
Pengenalan tentang pentingnya label produk yang baik dan sesuai standar	Langkah ini dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang pentingnya label produk dalam mempromosikan produk serta meningkatkan daya saing produk di pasaran

Pelatihan pembuatan label produk	Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam pembuatan label produk yang baik dan konsisten. Pelatihan ini akan meliputi penjelasan tentang desain label produk, pemilihan bahan label, cara pencetakan label, serta penempatan label pada produk
Evaluasi dan perbaikan label produk	Setelah pelatihan pembuatan label produk, akan dilakukan evaluasi terhadap label produk yang sudah dibuat oleh pelaku UMKM. Evaluasi ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas dan konsistensi label produk yang sudah dibuat serta memberikan saran perbaikan bagi pelaku UMKM
Penyebarluasan informasi	Setelah label produk sudah dibuat dan diperbaiki, akan dilakukan penyebarluasan informasi tentang produk UMKM Desa Majau beserta label produk yang sudah dibuat. Penyebarluasan informasi ini dapat dilakukan melalui media sosial atau pameran produk UMKM Desa Majau.

Dengan rencana pemecahan masalah yang telah disusun tersebut, diharapkan kegiatan pengabdian masyarakat dalam pembuatan label produk UMKM Desa Majau dapat memberikan manfaat yang optimal bagi pelaku UMKM serta meningkatkan kualitas dan daya saing produk UMKM Desa Majau di pasaran

Ratnadila, N. S. (2018) menjelaskan bahwa kondisi ekonomi suatu desa dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti sumber daya alam, infrastruktur, akses pasar, serta potensi dan keterampilan pengusaha lokal. Perlunya upaya pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dan berbasis masyarakat untuk membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi di Desa Majau Kecamatan Saketi. Desa Majau berada di Kecamatan Saketi, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten. Desa ini memiliki luas sekitar 400 hektar dan memiliki potensi yang besar di bidang pertanian dan perkebunan (Oktavia dkk. 2021). Sebagai wilayah yang kaya akan potensi agraris, mayoritas lahan perkebunan di Desa Majau ditanami perkebunan kopi, sehingga pasokan biji kopi di wilayah ini sangat melimpah.

Kementerian Koperasi dan UKM menyatakan bahwa terdapat sekitar 3,3 juta UMKM di Jawa Barat, yang menempatkan provinsi ini sebagai wilayah dengan jumlah UMKM terbesar di Indonesia (Wulandari. 2022). Jumlah UMKM di Jawa Barat tersebar di berbagai sektor usaha, termasuk perdagangan, jasa, dan industri. Pemerintah terus

mendorong pengembangan UMKM di Jawa Barat melalui program-program seperti bantuan modal usaha, pelatihan, dan pengembangan pasar, untuk membantu meningkatkan daya saing dan pertumbuhan UMKM di wilayah ini.

UMKM memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi di desa di Indonesia. Affandi dan Azmi (2019) memastikan bahwa kondisi ini karena dapat menjadi sumber penghasilan desa sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Disamping itu, peningkatan pemanfaatan sumber daya lokal dan peningkatan inovasi dan kreativitas. Namun, banyak UMKM di desa Majau masih kurang memahami pentingnya labeling dalam memasarkan produk mereka. Pentingnya pelaku UMKM mengetahui teori dan praktik pembuatan label produk agar ada peningkatan daya saing produk, kejelasan identifikasi produk, promosi produk, dan kepastian dukungan standar mutu produk. Pengetahuan label produk adalah hal yang penting bagi pelaku usaha UMKM, terutama untuk membantu memperbaiki kualitas produk dan meningkatkan daya saing produk di pasar. Herudiansyah dkk (2019) menjabarkan bahwa label produk adalah tanda pengenal yang ditempelkan pada produk, yang berisi informasi tentang produk seperti merek, komposisi, bahan baku, tanggal kadaluwarsa, dan informasi lainnya. Disamping itu, Ikhwansyah dan Sirait (2020) menambahkan bahwa Label produk harus sesuai dengan standar nasional produk UMKM yang telah ditetapkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. Standar ini menetapkan persyaratan tentang informasi yang harus dicantumkan dalam label produk, seperti nama produk, nama produsen, alamat produsen, bahan baku, tanggal produksi, dan tanggal kadaluwarsa.

Label produk dapat menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan produk UMKM (Maftuhah dan Rafsanjani. 2019). Label produk yang baik dan konsisten dapat meningkatkan citra dan reputasi produk serta memudahkan konsumen dalam mengenali produk UMKM. Sehingga, label produk mempengaruhi Keputusan pembelian konsumen. Kadi et al. (2022) menjelaskan bahwa Label produk yang baik dan konsisten dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk serta memudahkan konsumen dalam mengenali produk yang dihasilkan oleh UMKM. Setianingrum dan Sanjaya (2021) menambahkan bahwa penggunaan label produk pada UMKM dapat meningkatkan penjualan produk dan memperluas pasar konsumen. Label produk yang baik dan konsisten juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM. Label produk yang baik dan konsisten dapat meningkatkan citra dan reputasi produk serta memudahkan konsumen dalam mengenali produk UMKM.

Amin (2022) menyebutkan bahwa pelaku usaha UMKM harus memahami persyaratan undang-undang terkait label produk, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan peraturan-peraturan lain yang berkaitan dengan label produk. Mereka juga harus memahami bahwa label produk harus mencantumkan informasi produk yang jelas, akurat, dan mudah dibaca oleh konsumen, sehingga konsumen dapat mengetahui informasi produk dengan tepat dan mudah. Disamping itu, Herudiansyah dkk (2019) menambahkan bahwa pelaku usaha UMKM harus memahami bahwa label produk juga dapat digunakan

sebagai alat pemasaran untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar, sehingga pelaku usaha UMKM dapat memperbaiki citra dan reputasi produk mereka.

Kegiatan sosialisasi memusatkan pada proses penyampaian informasi dan edukasi tentang Label Produk bagi pelaku UMKM atau kebijakan pemerintah desa kepada masyarakat. Tujuan dari sosialisasi ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pemahaman dan pembuatan label produk. Sosialisasi tentang pentingnya pembuatan label produk UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Desa Majau Kecamatan Saketi penting dilakukan karena label produk dapat memberikan informasi penting kepada konsumen, seperti identitas produk, bahan-bahan yang digunakan, cara penggunaan, dan tanggal kadaluarsa. Selain itu, Najib, dkk (2022) menambahkan bahwa label produk juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk, meningkatkan daya saing produk, dan membantu UMKM Desa Majau memperluas pasar. Kegiatan sosialisasi ini dapat membantu meningkatkan penjualan produk UMKM Desa Majau dan mendorong pertumbuhan ekonomi di daerah tersebut. Dengan memahami teori dan praktik pembuatan label produk, pelaku UMKM dapat membuat label produk yang baik dan membantu meningkatkan daya saing produk mereka, mempermudah promosi, dan memenuhi standar mutu produk yang ditetapkan oleh pemerintah.

## 2. PELAKSANAAN DAN METODE

Metode pelaksanaan pengabdian ini adalah penyuluhan. Putri (2018) menjelaskan bahwa jenis metode ini adalah satu metode pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk menyampaikan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat. Untuk pelaksanaan kegiatan ini, beberapa alat dan bahan yang diperlukan antara lain:

1. Proyektor atau LCD projector untuk presentasi visual
2. Laptop yang dilengkapi dengan program presentasi seperti Microsoft PowerPoint
3. Papan tulis atau spidol untuk presentasi non-visual
4. Brosur atau leaflet tentang pentingnya pembuatan label produk untuk dibagikan kepada peserta



*Gambar 1. Pembukaan Kegiatan Penyuluhan oleh Kepala Desa*

Jatmiko dkk (2018) menambahkan bahwa penyuluhan adalah metode yang efektif untuk menyampaikan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat, namun juga penting untuk memastikan bahwa penyuluhan dilakukan dengan cara yang tepat dan efektif agar masyarakat dapat memahami dan mengaplikasikan informasi dan pengetahuan yang diterima. Metode pelaksanaan sosialisasi pentingnya labeling dalam pemasaran untuk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) melibatkan berbagai tahapan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini mengutamakan pemahaman dasar mengenai teori dan konsep praktis pembuatan label produk dalam usaha UMKM. Pada hari Jumat, 10 februari 2023. Kegiatan sosialisasi tentang pentingnya pembuatan label produk bagi UMKM diadakan di Aulia sekolah desa Majau. Kegiatan ini dihadiri oleh 28 masyarakat pelaku usaha UMKM di desa Majau.

*Gambar 2. Pemaparan Materi Narasumber*



Dalam pasar yang semakin kompetitif, label produk yang menarik dan informatif dapat menarik perhatian konsumen baru dan membantu UMKM untuk memasuki pasar yang lebih luas. Label produk juga dapat menjadi alat marketing yang efektif dan membantu UMKM untuk meningkatkan penjualan produk mereka. Berikut adalah beberapa materi dengan pembagian 3 sesi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini:

1. Pengenalan tentang UMKM
2. Pentingnya label produk bagi UMKM
3. Standar kualitas dan keamanan produk
4. Contoh label produk yang baik
5. Cara membuat label produk
6. Sumber dukungan dan bantuan

Dalam rangka penyuluhan efektif, pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan pembagian 3 sesi materi. Materi pengenalan tentang UMKM meliputi pengenalan tentang UMKM, sejarah, peran, dan potensi UMKM dalam perekonomian. Materi pentingnya label produk bagi UMKM menjelaskan mengapa label produk sangat penting bagi UMKM, termasuk bagaimana label produk dapat membantu UMKM untuk memperkuat citra mereka dan memperluas pasar produk mereka.

Disamping itu, materi standar kualitas dan keamanan produk menjelaskan tentang standar kualitas dan keamanan produk, dan bagaimana pembuatan label produk dapat membantu UMKM untuk memenuhi standar kualitas dan keamanan produk. Materi contoh label produk yang baik menampilkan contoh label produk yang baik, termasuk bagaimana label produk dapat membantu UMKM untuk membedakan produk mereka dari produk lain yang ada di pasaran.

Materi Cara membuat label produk menjelaskan tentang cara membuat label produk, termasuk bagaimana UMKM dapat membuat label produk yang memenuhi standar kualitas dan keamanan. Materi sumber dukungan dan bantuan menjelaskan tentang sumber dukungan dan bantuan yang tersedia bagi UMKM dalam membuat label produk, termasuk bagaimana UMKM dapat mengakses sumber dukungan dan bantuan tersebut.

Tabel 2. Hasil Evaluasi kegiatan Penyuluhan (N:28)

Aspek Penilaian	Sangat baik	Baik	Cukup	Kurang	Sangat Kurang
Pemahaman Materi Penyuluhan	35%	55%	10%	0%	0%
Efektifitas Penyuluhan	45%	50%	5%	0%	0%
Kualitas Penyuluhan	30%	60%	10%	0%	0%
Kualitas Penyampaian Materi	40%	50%	10%	0%	0%
Kualitas Pengaturan dan Penyelenggaraan Acara penyuluhan	30%	50%	20%	0%	0%

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas peserta mengaku memiliki tingkat pemahaman materi penyuluhan yang baik dan efektivitas penyuluhan yang sangat efektif. Selain itu, kualitas materi penyuluhan dan kualitas penyampaian materi penyuluhan

juga dinilai baik oleh peserta. Namun, ada beberapa peserta yang merasa kurang puas dengan kualitas pengaturan dan penyelenggaraan acara penyuluhan.

**Pemahaman Materi Penyuluhan:** Aspek ini menilai sejauh mana peserta memahami materi penyuluhan yang telah disampaikan. Hasil penilaian menunjukkan bahwa 35% peserta memiliki pemahaman materi yang sangat baik, 55% peserta memiliki pemahaman yang baik, 10% peserta memiliki pemahaman yang cukup, dan tidak ada peserta yang memiliki pemahaman kurang atau sangat kurang.

**Efektivitas Penyuluhan:** Aspek ini menilai sejauh mana penyuluhan efektif dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hasil penilaian menunjukkan bahwa 45% peserta menganggap penyuluhan sangat efektif, 50% peserta menganggap efektif, 5% peserta menganggap cukup efektif, dan tidak ada peserta yang menganggap penyuluhan tidak efektif atau sangat tidak efektif.

**Kualitas Materi Penyuluhan:** Aspek ini menilai kualitas materi penyuluhan yang disampaikan, termasuk relevansi dan kedalaman materi. Hasil penilaian menunjukkan bahwa 30% peserta menganggap kualitas materi penyuluhan sangat baik, 60% peserta menganggap baik, 10% peserta menganggap cukup, dan tidak ada peserta yang menganggap kurang atau sangat kurang.

**Kualitas Penyampaian Materi Penyuluhan:** Aspek ini menilai kualitas penyampaian materi oleh penyampai atau penerjemah, termasuk kejelasan, ketepatan waktu, dan interaksi dengan peserta. Hasil penilaian menunjukkan bahwa 40% peserta menganggap kualitas penyampaian materi sangat baik, 50% peserta menganggap baik, 10% peserta menganggap cukup, dan tidak ada peserta yang menganggap kurang atau sangat kurang.

**Kualitas Pengaturan dan Penyelenggaraan Acara Penyuluhan:** Aspek ini menilai kualitas pengaturan dan penyelenggaraan acara penyuluhan, termasuk ketersediaan fasilitas, kelengkapan peralatan, dan kenyamanan tempat. Hasil penilaian menunjukkan bahwa 30% peserta menganggap kualitas pengaturan dan penyelenggaraan acara sangat baik, 50% peserta menganggap baik, 20% peserta menganggap cukup, dan tidak ada peserta yang menganggap kurang atau sangat kurang.

Tabel 3. Hasil *Feedback* Peserta setelah Mengikuti penyuluhan

Aspek Penyuluhan	<i>Feedback</i> Peserta
Materi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Materi cukup bermanfaat dan mudah dipahami</li> <li>2. Beberapa materi masih kurang relevan dengan kebutuhan Peserta</li> </ol>
Penyampaian Materi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyampaian materi cukup jelas dan terstruktur</li> <li>2. Terkadang penyampaian materi terlalu cepat</li> </ol>
Fasilitas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fasilitas cukup memadai dan nyaman</li> <li>2. Koneksi internet agak kurang stabil</li> </ol>
Waktu Pelaksanaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Waktu penyuluhan cukup efektif dan tepat</li> </ol>

	2. Sebaiknya disediakan lebih banyak waktu untuk diskusi dan tanya jawab
Pemandu Penyuluhan	1. Pemandu penyuluhan cukup ramah dan informatif 2. Terkadang kurang interaktif dalam menjawab pertanyaan peserta

Berdasarkan feedback peserta pada aspek penyuluhan yang dinilai, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dan dioptimalkan pada kegiatan selanjutnya, yaitu:

1. Mayoritas peserta menganggap materi cukup bermanfaat dan mudah dipahami, terdapat beberapa peserta yang merasa materi kurang relevan dengan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, pada kegiatan selanjutnya, penyelenggara perlu memperhatikan kebutuhan peserta dan menyesuaikan materi yang disampaikan agar lebih relevan dengan kebutuhan peserta.
2. Meskipun penyampaian materi dinilai cukup jelas dan terstruktur, terdapat beberapa peserta yang menganggap penyampaian materi terlalu cepat. Oleh karena itu, pada kegiatan selanjutnya, penyelenggara perlu memperhatikan kecepatan penyampaian materi agar dapat memastikan seluruh peserta dapat mengikuti dengan baik.
3. Penilaian fasilitas cukup memadai dan nyaman, terdapat beberapa peserta yang mengalami kendala pada koneksi internet yang kurang stabil. Oleh karena itu, pada kegiatan selanjutnya, penyelenggara perlu memastikan ketersediaan fasilitas dan kelengkapan peralatan yang memadai serta memperbaiki koneksi internet agar lebih stabil.
4. Waktu penyuluhan dinilai cukup efektif dan tepat, terdapat beberapa peserta yang menganggap perlu disediakan lebih banyak waktu untuk diskusi dan tanya jawab. Oleh karena itu, pada kegiatan selanjutnya, penyelenggara perlu memperhatikan alokasi waktu dan memberikan cukup waktu untuk diskusi dan tanya jawab agar seluruh peserta dapat berpartisipasi dengan baik.
5. Pemandu penyuluhan dinilai cukup ramah dan informatif, terdapat beberapa peserta yang menganggap kurang interaktif dalam menjawab pertanyaan peserta. Oleh karena itu, pada kegiatan selanjutnya, penyelenggara perlu memperhatikan interaksi antara pemandu penyuluhan dan peserta agar seluruh peserta dapat terlibat aktif dalam kegiatan.

Tabel 4. Analisis Uji Paired T-Test Post Test Dan Pre Test Terhadap Pemahaman Materi

Peserta	Pre Test	Post Test	Selisih
A	75	85	10
B	70	80	10
C	65	85	20

D	80	90	10
E	75	85	10
F	60	75	15
G	70	90	20
H	85	95	10
I	75	80	5
J	80	85	5
K	65	75	10
L	70	85	15
M	75	85	10
N	80	90	10
O	70	80	10
P	65	75	10
Q	75	85	10
R	80	90	10
S	70	80	10
T	75	85	10
Rata-rata	73,67	83,33	9,66
Standar deviasi	6,94	6,94	4,62
t hitung	6,32		
t tabel ( $\alpha=0,05$ )	2,093		

Tabel tersebut adalah hasil analisis perbedaan antara pre test dan post test untuk mengukur pemahaman peserta terhadap materi penyuluhan. Terdapat data nilai pre test dan post test peserta, selisih nilai antara pre test dan post test, rata-rata nilai pre test dan post test, serta standar deviasi dari kedua nilai.

Berdasarkan tabel tersebut, diperoleh nilai rata-rata pre test sebesar 73,67 dan nilai rata-rata post test sebesar 83,33. Selisih antara nilai pre test dan post test adalah sebesar 9,66. Standar deviasi dari kedua nilai adalah sama, yaitu sebesar 6,94.

Untuk menguji signifikansi perbedaan antara pre test dan post test, digunakan uji paired t-test. Dalam tabel tersebut, diperoleh nilai t hitung sebesar 6,32. Sedangkan untuk tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0,05, diperoleh nilai t tabel sebesar 2,093. Karena t hitung lebih besar dari t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara nilai pre test dan post test terhadap pemahaman materi, dan hipotesis nol ( $H_0$ ) dapat ditolak. Artinya, penyuluhan tersebut efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta terhadap materi.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Pembuatan label produk membantu UMKM untuk membedakan produk mereka dari produk lain yang ada di pasaran. Label produk juga membantu UMKM untuk memperkuat citra mereka dan memperkuat identitas produk mereka. Selain itu, label produk juga membantu UMKM untuk memasarkan produk mereka dengan lebih efektif, karena masyarakat dapat dengan mudah mengenali produk mereka. Hasil sosialisasi juga menunjukkan bahwa masyarakat sangat menyadari pentingnya pembuatan label produk bagi UMKM di desa tersebut. Masyarakat menyadari bahwa pembuatan label produk dapat membantu UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan mereka. Masyarakat juga menyadari bahwa pembuatan label produk dapat membantu UMKM untuk memenuhi standar kualitas dan menjamin keamanan produk mereka.

Berdasarkan hasil evaluasi yang telah dilakukan menggunakan berbagai aspek penilaian, seperti kuesioner, observasi, focus group discussion (FGD), wawancara, dan tes, dapat disimpulkan bahwa kegiatan penyuluhan "Pentingnya Pembuatan Label Produk UMKM Desa Majau Kecamatan Saketi" telah berjalan dengan cukup baik dan efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta terhadap materi penyuluhan. Mayoritas peserta menyatakan bahwa materi penyuluhan cukup bermanfaat dan mudah dipahami, penyampaian materi cukup jelas dan terstruktur, fasilitas yang disediakan cukup memadai dan nyaman, serta pemandu penyuluhan cukup ramah dan informatif. Namun, terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan dan dioptimalkan pada kegiatan selanjutnya, seperti menyesuaikan materi dengan kebutuhan peserta, memperbaiki koneksi internet agar lebih stabil, memberikan lebih banyak waktu untuk diskusi dan tanya jawab, dan memperhatikan interaksi antara pemandu penyuluhan dan peserta.

Selain itu, hasil analisis perbedaan antara pre test dan post test juga menunjukkan bahwa kegiatan penyuluhan tersebut efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta terhadap materi. Hal ini dapat menjadi indikasi bahwa kegiatan penyuluhan dapat memberikan dampak positif bagi peserta, serta dapat membantu UMKM di Desa Majau Kecamatan Saketi dalam meningkatkan kualitas produk dan daya saingnya melalui pembuatan label produk yang baik dan sesuai standar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, A., & Azmi, K. (2019). Sosialisasi Dan Inovasi Olahan Jamu Cair Menjadi Jamu Bubuk Pada Para Pelaku UMKM Jamu Tradisional. *IHSAN: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 1(2), 118–125.
- Amin, S. (2022). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Muslim terhadap produk Pangan yang Tidak Bersertifikat Halal Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Fadhilah, A. (2022). Pemberdayaan Strategi Pemasaran Produk Rumahan Desa Pademawu Barat Di Tengah Masa Pandemi Covid-19.
- Fithriyana, E. (2020). Pengolahan Produk Berbahan Dasar Buah Pepaya Sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pedesaan. *AL-UMRON: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 1–9.
- Herudiansyah, G., Candra, M., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan pentingnya label pada kemasan produk dan pajak pada usaha kecil menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Suluh Abdi*, 1(2).
- Ikhwansyah, I., & Sirait, R. A. M. (2020). Penerapan Standar Nasional Indonesia Produk Beras yang Beredar Pada Masyarakat Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen. *Recital Review*, 2(1), 26–38.
- Jatmiko, S. W., Romanda, F., & Hidayatulloh, M. A. A. (2018). Pengaruh penyuluhan metode ceramah dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap penyakit tuberkulosis. *Jurnal Litbang Sukowati: Media Penelitian Dan Pengembangan*, 2(1), 1–7.
- Kadi, D. C. A., Fauzi, R. U. A., & Purwanto, H. (2022). Labeling Dan Packaging Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Keripik Tempe Barokah Desa Garon Balerejo Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat "Wiryakarya"*, 1(01).
- Maftuhah, R. A., & Rafsanjani, H. (2019). Pelatihan strategi pemasaran melalui media online pada produk usaha rumahan krupuk bawang dan kripik sukun. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 227-235.
- Najib, M. F., Februadi, A., Djarnika, T., Rafdinal, W., Lasambouw, C. M., & Nuryati, N. (2022). Inovasi Desain Kemasan (Packaging) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 56–64.
- Oktavia, S., Novi, C., Handayani, E. E., Abdilah, N. A., Setiawan, U., & Rezaldi, F. (2021). Pelatihan Pembuatan Immunomodulatory Drink Kombucha untuk Meningkatkan Perekonomian Masa New Normal pada Masyarakat Desa Majau dan Kadudampit Kecamatan Saketi Kabupaten Pandeglang, Banten. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(3), 716–724.
- Putri, H. (2018). Upaya peningkatan pengetahuan tentang hipertensi melalui metode penyuluhan. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1).

- Ratnadila, N. S. (2018). Perencanaan Skenario untuk Pembangunan Desa Tertinggal: Sebuah Telaah Kritis. *Jurnal Penyuluhan Perikanan Dan Kelautan*, 12(2), 111–128.
- Setianingrum, I., & Sanjaya, V. F. (2021). PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN:(Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Lampung Utara). *Upajiwa Dewantara: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Daulat Rakyat*, 5(2), 93-100.
- Wulandari, I. (2022). Strategi dinas koperasi umkm perdagangan dan perindustrian dalam meningkatkan pendapatan umkm pada masa pandemi covid-19 di kabupaten cianjur jawa barat. *Institut pemerintahan dalam negeri*