

## PENINGKATAN NILAI JUAL PRODUK MELALUI LABELING KEMASAN PADA PRODUK UMKM DESA LENGGERONG

<sup>1</sup>Syifa Wafirotul Khusna, <sup>2</sup>Farah Alifiyah Nur Fisabilillah, <sup>3</sup>Moh Iskandar, <sup>4</sup>Syahrul Ichbatil Falakh, <sup>5</sup>Andianto, <sup>6</sup>Nurfuadi

<sup>1</sup>Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan, Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia

<sup>2</sup>Fakultas Ushuluddin Adab Dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia

<sup>4,5</sup>Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia

<sup>6</sup>Dosen Pembimbing Lapangan KKN Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Email: <sup>1</sup>wafirotulsyifa@gmail.com, <sup>2</sup>farahalifiyah@gmail.com, <sup>3</sup>muhiska22@gmail.com, <sup>4</sup>syahrulichbatilf@gmail.com, <sup>5</sup>aldipbg86@gmail.com, dan <sup>6</sup>nurfuadi@uinsaizu.ac.id

### **Abstrak**

*UMKM mempunyai peran penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Hampir 61 % memiliki kontribusi untuk menaikkan produk domestik bruto (PDB). Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi angka keberhasilan pertumbuhan pada UMKM yaitu pemberian label pada produk. Labeling ini bertujuan agar produk terlihat menarik sehingga konsumen tertarik untuk membeli. Adanya labeling ini menambah nilai tersendiri dan sangat berdampak pada pemasaran produk. Sebab itulah perlu adanya pemberian labeling pada produk kemasan. Beberapa UMKM yang terdapat di Desa Lenggerong, Kecamatan Bantarbolang, Kabupaten Pemalang belum memiliki pemahaman tentang pentingnya labeling. Produk yang dikemas dari beberapa UMKM di Lenggerong ini masih sederhana, hanya dibungkus plastik kemudian ditutup dengan staples. Tujuan pengabdian ini adalah meningkatkan nilai jual produk melalui labeling kemasan pada produk UMKM Desa Lenggerong. Pengabdian ini menggunakan metode ABCD (Asset Based Community Development) dan penyuluhan door to door dengan cara presentasi tentang dampak labeling terhadap kemasan produk, memberikan praktik labeling sebagai pengalaman nyata, dan tahap evaluasi hasil penerapan labeling. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan bahwa adanya peningkatan nilai jual produk melalui labeling kemasan produk UMKM di Desa Lenggerong.*

**Kata kunci:** Peningkatan, Nilai Jual, Labeling, Kemasan, UMKM

**Abstract**

*UMKM have an important role in the economic development of a country. Nearly 61% have contributed to increasing gross domestic product (GDP). Several factors can affect the success rate of growth in UMKM, namely the labeling of products. This labeling aims to make the product look attractive so that consumers are interested in buying. The existence of this labeling adds its own value and greatly impacts product marketing. That is why it is necessary to provide labeling on packaged products. Several UMKM in Lenggerong Village, Bantarbolang District, Pemalang Regency do not yet have an understanding of the importance of labeling. The products packaged by several UMKM in Lenggerong are still simple, only wrapped in plastic and then closed with staples. The purpose of this research is to increase the selling value of products through packaging labeling on UMKM products in Lenggerong Village. This study uses the ABCD (Asset Based Community Development) method and door to door counseling by means of presentations on the impact of labeling on product packaging, providing labeling practices as real experiences, and evaluating the results of labeling implementation. The results of this study indicate that there is an increase in product selling value through the labeling of UMKM product packaging in Lenggerong Village.*

**Keywords:** *Enhancement, Sale Value, Labeling, Packaging, UMKM*

**Pendahuluan**

Salah satu faktor yang menjadi penopang ekonomi di masyarakat dalam suatu negara hingga saat ini adalah adanya UMKM. Usaha Mikro Kecil dan Menengah menjadi salah satu solusi serta terobosan pemerintah dalam memperluas lapangan pekerjaan yang juga berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi. Selain itu juga selaras dengan tugas negara dalam mengatasi kemiskinan ekstrem di tengah masyarakat terutama di kabupaten Pemalang. Di kabupaten Pemalang sendiri hingga saat ini terhitung kurang lebih tercatat jumlah UMKM sebesar 25.502 Usaha yang tersebar di seluruh kabupaten Pemalang. Harapannya dengan adanya UMKM ini dapat menjadi solusi dan jalan keluar bagi pemerintah kabupaten Pemalang dalam mengatasi permasalahan ekonomi (Handayani & Badjuri, 2022).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat pertumbuhan dan UMKM di katakan berhasil salah satunya adalah pemberian label dalam produk kemasan. label sendiri merupakan bagian dari kemasan yang mengandung informasi tentang suatu produk yang memuat tentang nama produk, daftar bahan yang di gunakan, dan informasi alamat di mana produk itu di buat, tentu informasi yang tertera pada label sangat mempengaruhi proses pemasaran suatu produk. Dalam usaha mikro kecil dan menengah tidak lepas dari strategi pemasaran, karena pada dasarnya produk UMKM merupakan produk skala rumahan dan biasanya hanya di jual di sekitar daerah dimana produk itu di buat. untuk menjangkau pasar yang lebih luas perlu adanya upaya dan strategi dalam proses pemasarannya. Menurut Philip Kotler, pemasaran merupakan proses interaksi sosial dan manajerial untuk memenuhi kebutuhan individu dan kelompok melalui

produk salah satunya adalah mengguakan label pada produk (Syara Annisa Fita Hutami & Mutmainah, 2021).

Di era yang modern ini tentu dunia pasar produk semakin pesat dan persainganya semakin canggih, berbagai macam upaya agar suatu produk terlihat menarik di mata konsumen para pelaku usaha membuat inovasi baru agar produknya mudah di kenali banyak orang, meskipun produk itu hanya skala UMKM, sebab masyarakat sekarang lebih tertarik apabila suatu produk telah mengikuti standar pengemasan yang dinyatakan lebih praktis ketika akan mengetahui informasi dari suatu produk seperti apa saja bahan pembuatanya, dimana tempat pembuatanya, halal atau tidak dan lain sebagainya. Maka tidaklah heran jika saat ini para pelaku usaha mikro dan menengah mulai menyadari akan pentingnya labelisasi pada produknya.

Di Desa Lenggerong, Kecamatan Bantarbolang, Kabupaten Pemalang banyak pelaku usaha yang masih belum paham mengenai pentingnya labelisasi pada produk olahanya, sebagian sudah mengetahui tentang arah dan tujuan di adakanya label pada produk, tetapi justru enggan untuk melakukannya, sebab pandangan mereka bagi yang belum mengerti atau bahkan yang sudah mengetahui tentang pentingnya label pada produk, mereka para pelaku usaha takut apabila produk yang mereka pasarkan telah memenuhi standarisasi kemasan yang baik akan di kenai pajak, selain itu juga karena tidak adanya rasa minat yang tinggi pada para pelaku usaha di desa Lenggerong bahwa ada dan tidaknya label pada produk terhadap tingkat penjualan barang produknya karena selama ini memang konsep produksi mereka masih di sesuaikan dengan tingkat kesempatan waktu yang mereka miliki, padahal jika di telusuri tingkat permintaan produk di pasar tergolong cukup tinggi.

Oleh karena itu pengabdian ini mencoba menelaah dan memetakan potensi produk-produk UMKM khususnya di desa Lenggerong kecamatan Bantarbolang Kabupaten Pemalang untuk mengetahui berapa jumlah pelaku usaha UMKM, dan sejauh mana pengetahuan para pelaku usaha mengenai pentingnya pemberian labelisasi pada produk UMKMinya.

## Metode

Program Labeling Produk ini menggunakan pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD). Pendekatan ini merupakan metode yang mengupayakan peningkatan kualitas masyarakat untuk memperoleh kesejahteraan melalui pengembangan berbasis asset. Metode *Asset Based Community Development* ini memberikan paradigma baru yang lebih kompleks dalam memandang realitas dan memanfaatkannya secara kreatif agar diperoleh tujuan-tujuan ideal yang diharapkan. Paradigma demikian ini memberika kesadaran akan berbagai potensi dalam masyarakat yang seringkali tertutup akibat adanya tekanan atau menjadi terabaikan karena cenderung terfokus pada problem semata sehingga muncul keengganan untuk bangkit (Purwastuty, 2018). Penggunaan asset yang diunggulkan ini bertujuan untuk meningkatkan tingkat keberdayaan masyarakat agar mampu secara mandiri memenuhi berbagai kebutuhannya serta menyelesaikan permasalahannya sendiri dengan kemampuan yang dimiliki. Pemberdayaan yang demikian dapat diperoleh melalui proses secara transformatif, partisipatif dan berkesinambungan seiring dengan peningkatan kemampuan (Muslim, 2008).

Pendekatan ini menitik beratkan pada empat kriteria yakni: *Problem Based Approach* yang merupakan potensi dalam masyarakat yang berupa problem itu sendiri; *Need based Approach* yakni menggunakan kebutuhan masyarakat yang harus terpenuhi sebab berkenaan dengan kenyamanan dan kesejahteraan hidup seperti sandang, pangan, papan sebagai indikator seseorang mau melakukan perubahan dalam dirinya sendiri; *Right Based Approach* yaitu kriteria pengembangan masyarakat berbasis penggunaan kekayaan atau materi dengan prinsip pemberian modal sebagai penunjang kegiatan dalam proses pengembangan; dan *Asset Based Approach* yang memanfaatkan potensi dasar yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri seperti empati, gotong-royong, aktif berpartisipasi, dll. Melalui potensi-potensi inilah dapat dimunculkan solidaritas dalam masyarakat sehingga diharapkan mampu menemukan dan menyelesaikan masalah dengan lebih mudah (Al-Kautsari, 2019). Sebagai metode pengembangan, maka metode ini membutuhkan partisipasi secara aktif oleh masyarakat yang diperoleh melalui riset lapangan dan pemetaan potensi yang ada secara bersama-sama antara peneliti dengan masyarakat setempat. Dalam hal ini masyarakat Desa Lenggerong sebagai sasaran.

### **Waktu Pelaksanaan**

Pelaksanaan pengamatan yang dilakukan oleh penulis terhadap UMKM di Desa Lenggerong yaitu pada tanggal 9 Maret 2023. Hasil pengamatan tersebut diperoleh gambaran informasi mengenai pelaksanaan kegiatan dan apa saja yang akan dikerjakan. Kemudian penulis melakukan sosialisasi terhadap kegiatan yang dilaksanakan pada hari Sabtu, 25 Maret 2023 kepada UMKM milik Ibu Nur. Kemudian dilanjutkan ke UMKM milik Ibu Harti pada hari Senin, 27 Maret 2023 dan yang terakhir ke UMKM milik Ibu Suemi pada hari Selasa, 28 Maret 2023.

### **Hasil**

Setelah bertanya kepada para perangkat desa penulis baru bisa menjelaskan tahapan awal yang dilakukan oleh penulis adalah melakukan observasi terlebih dahulu kepada pelaku usaha atau UMKM yang ada di Desa Lenggerong, Kecamatan Bantarbolang, Kabupaten Pematang. Penulis melakukan observasi kepada tiga pelaku usaha yang ada di Desa Lenggerong. Penulis terlebih dahulu melakukan observasi awal kepada UMKM Ibu Nur. Ibu Nur sendiri memiliki banyak produk yang dijual seperti keripik pisang, opak mini, kue bawang dan lain-lain. Kemudian dilanjutkan ke UMKM milik Ibu Harti yang juga membuat dan menjual keripik pisang, opak kecil dan lain-lain. Dan yang terakhir kepada Ibu Suemi yang membuat dan menjual rempeyek kacang hijau, kacang tanah, rengginang, dan lain-lain. Dari hasil observasi awal ini, penulis memiliki data yang bisa menjadi acuan untuk melaksanakan kegiatan tersebut. Serta penulis juga telah mengamati kondisi riil dari tempat produksi dan menggali informasi sebanyak mungkin. Dari data yang diperoleh setelah melakukan observasi dan dengan berbagai pertimbangan yang ada dan melihat secara langsung produk yang dibuat maka penulis memutuskan untuk membantu membuat mendesain label pada produk yang akan dijual oleh para UMKM yang telah penulis data di Desa Lenggerong.

Dari hasil kegiatan observasi atau sosialisasi mengenai *labeling* tersebut para pelaku usaha memiliki antusias yang tinggi untuk mendengarkan dan menerima masukan dari

pemateri. Karena dari seluruh pelaku usaha yang penulis data, belum satupun pelaku usaha yang memiliki label kemasan, sehingga mereka disaat menjual produk tersebut masih dalam kondisi polos. Dengan adanya kegiatan *labeling* tersebut juga dapat meningkatkan nilai jual produk serta akan menambah daya tarik produk terhadap konsumen.

## Pembahasan

Label adalah sesuatu bagian dari suatu produk yang bawa data verbal tentang produk ataupun penjualnya (Framita & Maulita, 2020). Label sangat mempunyai pengaruh terhadap produk yang akan di pasarkan kepada para konsumen, serta akan menambah ciri khas dari sebuah produk tersebut.

## Fungsi serta Tujuan Label

Label bukan hanya sebagai penanda sebuah produk akan tetapi label juga berperan sebagai daya tarik dan nilai tambah dari sebuah produk. Fungsi dari memberikan *labeling* atau tanda ini bertujuan untuk meningkatkan produk juga sebagai media agar lebih dikenal dan lebih mudah untuk ditemukan oleh konsumen (Hakim et al., 2022).

Menurut (Framita & Maulita, 2020) tujuan label adalah sebagai berikut:

- Berikan data tentang isi produk yang diberi label tanpa wajib membuka kemasan.
- Berikan petunjuk yang pas pada konsumen sampai diperoleh guna mendapatkan produk yang optimum.
- Fasilitas periklanan untuk produsen.
- Berikan rasa nyaman untuk konsumen.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di tiga tempat usaha milik Ibu Nur, Ibu Harti dan Ibu Suemi yang berupa kegiatan untuk meningkatkan nilai jual produk melalui startegi *labeling* dengan menggunakan metode ABCD (*Asset Based Community Development*). Dengan metode ini diharapkan dapat membentuk kemandirian para pelaku usaha dalam meningkatkan pendapatan sehingga akan meningkatkan kesejahteraannya (Ansori, Mawi Khusni Albar, Rahman Latif Alfian, 2023). Dalam metode ABCD memiliki lima langkah yang harus dilaksanakan diantaranya:

### 1. *Discovery* (Menemukan)

Pada tahapan ABCD ini diawali dengan kegiatan menemukan aset. Di Desa Lenggerong hanya memiliki satu dukuh, satu RW, dan lima RT. Desa lenggerong berbatasan dengan Desa Peguyangan di sebelah timur, Desa Kebongede di sebelah selatan, Desa Kuta di sebelah barat dan Desa Surajaya di sebelah utara. Pada tahapan ini menggunakan analisis identitas dengan inkulturasi seperti silaturahmi dengan para warga. Hal ini bertujuan agar pihak-pihak yang akan terlibat mengetahui maksud dan tujuan yang akan dilaksanakan. Langkah awal yang dilakukan adalah dengan bertanya-tanya kepada perangkat Desa Lenggerong untuk menggali informasi, fasilitas dan aset desa serta mengetahui potensi desa tersebut. Sehingga akan mempermudah jalannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Setelah mendapatkan jawaban dari pertanyaan yang ditanyakan kepada perangkat Desa Lenggerong, penulis tertarik terhadap tiga pelaku UMKM yaitu dengan usaha milik Ibu Nur yang beralamat di RT 05/RW 01, usaha milik Ibu Harti yang beralamat di RT 05/

RW 01 dan usaha milik Ibu Suemi yang beralamat di RT 01/RW 01, Desa Lenggerong, Kecamatan Bantarbolang, Kabupaten Pemalang yang sama-sama membuat keripik dan rempeyek. Usaha dari pembuatan keripik milik Ibu Nur tersebut sudah berjalan kurang lebih 4 tahun lalu pada tahun 2019 dan mengalami perkembangan yang cukup bagus. Untuk harga jual dari produsen adalah ukuran kecil Rp. 1.500 per bungkus dan ukuran 2 ons Rp. 5.000 per bungkus. Kemudian usaha keripik milik Ibu Harti sudah berjalan kurang lebih 5 tahun lalu dan untuk harga jual dari produsen adalah ukuran kecil Rp. 1.500 per bungkus dan ukuran 2 ons Rp. 5.000 per bungkus. Dan usaha milik Ibu Suemi yang menjual berbagai rempeyek dan rengginang dengan harga Rp. 3.000 per bungkus.



**Gambar 1.** Silaturahmi dengan pelaku UMKM

Kegiatan pada tahapan ini adalah melakukan wawancara yang diawali ke rumah Ibu Nur, kemudian Ibu Harti dan terakhir Ibu Suemi selaku pemilik usaha keripik dan rempeyek serta meminta izin untuk melakukan kegiatan yang akan dijalankan sampai selesainya program kerja tersebut. Kegiatan wawancara dilakukan secara *door to door* karena sedikitnya UMKM yang ada dan menjadi sasaran dari penulis. Kegiatan wawancara dilakukan di masing-masing rumah pelaku usaha saat melakukan produksi maupun pada saat pengemasan, sehingga penulis ikut mendampingi saat kegiatan berlangsung. Wawancara dilakukan untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan yang ada pada produk dari setiap pelaku usaha sehingga nantinya dapat mengetahui serta mengatasi kekurangan yang ada dan dapat memaksimalkan kelebihan yang telah ada di dalam usaha maupun produk. Oleh karena itu, adanya kegiatan awal ini yakni menemukan atau *discovery* sangat berguna bagi penulis untuk merancang kegiatan selanjutnya.

## **2. Dream (Impian)**

Pada tahapan impian ini merupakan bayangan seseorang atau pelaku usaha mengenai masa depan yang ingin dicapai. Impian adalah sebuah hal yang harus dimiliki oleh setiap orang terutama para pelaku usaha. Dalam hal ini para pelaku usaha ingin produk mereka

bisa terjual dengan cepat, meningkatnya pesanan dan disukai oleh para konsumen. Dengan adanya sosialisasi dan pembuatan *labeling* pada kemasan produk diharapkan akan meningkatkan nilai jual serta menaikkan jumlah pesanan yang ada.

### 3. *Design* (Merancang)

Dalam tahapan ini merupakan tahap mengetahui aset dan mengidentifikasi peluang yang bisa dilakukan untuk pemberdayaan. Tahapan ini sudah mulai merumuskan strategi, proses dan system, untuk membuat keputusan serta mengembangkan kolaborasi untuk mewujudkan perubahan yang bersifat progres. Kemudian melakukan pemetaan aset komunitas yang bertujuan untuk mencari informasi yang melibatkan masyarakat sekitar untuk meningkatkan pengetahuan dan informasi suatu wilayah.

**Tabel 1.** Rencana Program Kerja

| Aset                         | Rencana Program Kerja   | Tujuan   |
|------------------------------|---|--|
| 1. Sumber Daya Manusia (SDM) | 1. Pembuatan desain label produk<br>2. Memperbaiki kemasan produk | 1. Agar lebih dikenal oleh para konsumen<br>2. Meningkatkan daya tarik konsumen serta kualitas produk. |

Setelah adanya rencana program kerja tersebut diharapkan bisa membawa dampak yang positif terhadap produk dari para pelaku usaha sehingga bisa menaikkan omset penjualan.

### 4. *Define* (Melakukan)

Setelah dibuatnya program kerja pada tahapan design, maka dalam tahapan selanjutnya tinggal melaksanakan program kerja yang telah dibuat bersama dengan para pelaku usaha. Pelaksanaan program kerja dilaksanakan berdasarkan program kerja yang telah disusun yaitu:

#### a. Pembuatan desain label produk

Label merupakan sebuah identitas dari produk yang produsen buat. Apabila pelaku usaha membuat atau menambahkan label pada kemasan, maka akan menambah biaya yang harus dikeluarkan. Akan tetapi, dengan adanya label pada sebuah produk akan menambah nilai jual dan akan mudah dikenali oleh konsumen dan konsumen tidak akan salah dalam memilih produk yang sama karena sudah adanya label.

Dalam pembuatan desain label penulis hanya melakukan pendataan terhadap nama produk, varian, nomor handphone yang akan diterapkan pada label. Selanjutnya penulis sendiri yang membuat desain tersebut sesuai data yang dikumpulkan dan melakukan konsultasi dengan pelaku usaha.



Gambar 2. Hasil pembuatan desain label

Fungsi label menurut Kotler (2000:478), adalah label dapat menjelaskan mengenai produk, label dapat menentukan kelas produk, label dapat menggambarkan beberapa hal penting dalam produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakannya dan bagaimana menggunakan secara aman), dan label dapat digunakan sebagai ajang mempromosikan produk lewat tulisan yang menarik (Herydiansyah, Candra, & Pahlevi, 2019).

**b. Memperbaiki kemasan produk**

Dalam desain kemasan produk harus tercantum informasi yang diketahui oleh pembeli, sehingga pembeli tidak merasa asing dengan produk yang akan dibeli dan dapat membuat pembeli mudah mengingat produk yang dijual oleh pelaku usaha (Framita & Maulita, 2020).

Kemasan produk sangatlah penting karena untuk menjaga kualitas dan kebersihan produk yang dimana produk tersebut adalah produk yang mudah tidak tahan lama atau tidak lagi renyah jika dalam kemasan kurang rapat dan menggunakan plastik yang tipis. Oleh karena itu, dari hasil sosialisasi yang dilakukan penulis masih ada pelaku usaha memakai plastik yang tipis dan ini sudah diganti dengan ukuran yang lebih tebal agar produk yang dijual kepada pembeli dapat bertahan lama.



**Gambar 3.** Produk keripik pisang sebelum dikemas



Keripik pisang setelah hasil penggorengan kemudian akan dikemas menggunakan plastik dan tanpa adanya label dan penutup dengan menggunakan stemples.



**Gambar 4.** Sebelum sosialisasi

**Gambar 5.** Sesudah sosialisasi

Setelah dilakukan pengemasan menggunakan palstik yang lebih tebal diharapkan bisa bertahan lama dan renyah serta dengan sudah adanya label bisa menarik dari sisi kemasan produk agar dapat meningkatkan nilai penjualan produk keripik pisang.

**5. Destiny (Lakukan)**

Setelah dilakukannya serangkaian tahapan tersebut maka yang terakhir adalah tinggal melakukan serangkaian tindakan agar hasil yang telah dicapai bisa terus menerus di jalankan oleh para pelaku usaha tidak berhenti ketika para mahasiswa tidak lagi KKN di Desa Lenggerong. Oleh karena itu, penulis dari KKN UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto juga sudah menjelaskan pentingnya label pada kemasan dan sudah memberikan label dalam bentuk *soft file* untuk dicetak secara mandiri.

**Kesimpulan**

UMKM menjadi salah satu penopang ekonomi negara dan menjadi wadah bagi masyarakat untuk memajukan ekonomi daerahnya masing-masing, khususnya di Desa Lenggerong Kecamatan Bantarbolang Kabupaten Pemalang. salah satunya seperti pengadaan label pada kemasan yang akan menjadi media promosi dan informasi produk itu sendiri. Di Desa Lenggerong masih banyak produk yang belum memakai labeling karena kurangnya pengetahuan akan pentingnya pelabelan produk. Disini dijelaskan bahwa penulis melakukan pengabdian dan kajian terhadap produk labeling tersebut dengan melakukan tahap awal seperti observasi kepada para pelaku usaha UMKM dan melakukan sosialisasi akan pentingnya label produk. Kegiatan ini dilakukan di tiga tempat usaha yang dimiliki oleh Ibu Nur, Ibu Harti, dan Ibu Suemi dengan menggunakan metode ABCD (*Asset Based Community Development*). Metode ABCD merupakan metode yang digunakan untuk mengupayakan peningkatan kualitas masyarakat dengan pengembangan berbasis asset dimana metode ini memberikan paradigma baru yang lebih kompleks dan menggali potensi masyarakat yang cenderung tertutup akan keterbukaan pada hal-hal baru. metode ini bertujuan untuk membentuk kemandirian pelaku usaha serta meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat.

Adapun Metode ABCD dilakukan dengan langkah-langkah seperti *Discovery* yaitu melakukan analisis terhadap masyarakat desa Lenggerong untuk mengetahui potensi UMKM yang dapat dikembangkan, kegiatan ini dilakukan melalui wawancara dan dilakukan secara *door to door*. *Dream*, selanjutnya pada tahap ini adalah melihat gambaran tentang perkiraan bisnis dimasa depan sehingga labeling sangat dibutuhkan sebagai media promosi. *Design* yaitu tahap untuk merumuskan strategi, proses dan sistem serta melakukan kolaborasi untuk meningkatkan progres suatu produk. Dalam hal ini kegiatan program kerja yang ingin dicapai adalah membuat desain label dan memperbaiki kemasan produk UMKM. Selanjutnya adalah *Define* yaitu melaksanakan program yang telah dirancang dengan para pelaku usaha dan metode yang terakhir adalah *Destiny* atau melakukan serangkaian tindakan agar hasil tersebut dapat tercapai dan dijalankan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Kautsari, M. M. (2019). Asset-Based Community Development : Strategi Pengembangan Masyarakat. *Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 4(2), 259. <https://doi.org/10.24235/empower.v4i2.4572>
- Ansori, Mawi Khusni Albar, Rahman Latif Alfian, M. J. B. (2023). *Pedoman Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN)*. Purwokerto: LPPM UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Framita, D. S., & Maulita, D. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Pengemasan, Labelling dan Branding Produk di Desa Sukaratu Kecamatan Cikeusil Kabupaten Serang. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 107–118. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v2i3.254>
- Hakim, L., Junaidi, Fidiyanti, E., Deni, A., Regitasari, M., Husna, A., ... Khotimah, K. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Penyuluhan Peningkatan Kinerja UMKM dan Pendampingan Pembuatan NIB. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(1), 394–400.
- Handayani, N., & Badjuri, A. (2022). Determinan terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Pemalang. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5785–5793. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.2014>
- Herydiansyah, 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 : Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 84–89.
- Muslim, A. (2008). Metodologi Pengembangan Masyarakat. In *Bidang Akadaemik, UIN Sunan Kalijaga*. Yogyakarta.
- Purwastuty, I. (2018). Pemberdayaan keluarga miskin melalui aset komunitas. *Mimbar Kesejahteraan Sosial*, 1(November), 1–16.
- Syara Annisa Fita Hutami, & Mutmainah, I. (2021). Strategi Pemasaran UMKM KUB Berkah di Desa Karang Asem pada Era New Normal. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 97–105. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v3i1.35.97-105>