

## PEMBUATAN DESAIN LABEL PADA PRODUK *VIRGIN COCONUT OIL* (VCO) UNTUK MENINGKATKAN NILAI JUAL UMKM DI DESA BONDAT

Renita Cahyani\*<sup>1</sup>, Umrah Ramadhani<sup>1</sup>, Fitri Sylvianti Titong<sup>1</sup>, Nur'Irni Nahri Sakinah<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Luwuk, Indonesia

\*e-mail: [rc.renitacahyani@gmail.com](mailto:rc.renitacahyani@gmail.com)

### Abstract

*Bondat Village in Pagimana District has entrepreneurial potential through the use of coconuts to make Virgin Coconut Oil (VCO) products. However, VCO products produced by MSMEs still have problems with the packaging aspect, especially the lack of informative and attractive product labels as identity and promotional media. This service activity aims to design VCO product packaging labels so that product information can be conveyed clearly and increase the product's attractiveness on the market. The methods used include observation, interviews, identifying product needs, as well as assistance in making label designs using the Canva application. The results of the activity show that the designed packaging labels are able to provide a more professional visual identity, contain complete product information, and increase MSME players' understanding of the importance of branding and packaging in marketing. With this label design, Bondat Village VCO products become more attractive, easy to recognize, and have a higher selling value. The implication of this activity is to increase the ability of MSMEs to develop competitive local product branding, thereby potentially expanding the marketing reach of VCO products.*

**Keywords:** *Product Branding, packaging label design, MSMEs, Virgin Coconut Oil (VCO)*

### Abstrak

Desa Bondat di Kecamatan Pagimana memiliki potensi kewirausahaan melalui pemanfaatan kelapa menjadi produk Virgin Coconut Oil (VCO). Namun, produk VCO yang dihasilkan UMKM masih memiliki kendala pada aspek kemasan, khususnya belum adanya label produk yang informatif dan menarik sebagai identitas serta media promosi. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk merancang desain label kemasan produk VCO agar informasi produk dapat disampaikan secara jelas dan meningkatkan daya tarik produk di pasaran. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, identifikasi kebutuhan produk, serta pendampingan pembuatan desain label menggunakan aplikasi Canva. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa label kemasan yang dirancang dapat memberikan identitas visual yang lebih profesional, memuat informasi produk secara lengkap, serta meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya branding dan kemasan dalam pemasaran. Dengan adanya desain label tersebut, produk VCO Desa Bondat menjadi lebih menarik, mudah dikenali, dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Implikasi kegiatan ini adalah meningkatnya kemampuan UMKM dalam mengembangkan branding produk lokal yang kompetitif sehingga berpotensi memperluas jangkauan pemasaran produk VCO.

**Kata kunci:** *Branding Produk, desain label kemasan, UMKM, Virgin Coconut Oil (VCO)*

### How to cite:

Cahyani, R., Ramadhani, U., Sylvianti Titong, F., & Nahri Sakinah, N. (2026). *PEMBUATAN DESAIN LABEL PADA PRODUK VIRGIN COCONUT OIL ( VCO ) UNTUK MENINGKATKAN NILAI JUAL UMKM DI DESA*. 4(1). <https://doi.org/10.37905/jpti.v5i1>

Diterima : 11/05/2026  
Disetujui : 30/05/2026  
Dipublikasi : 31/05/2026

©2026 Cahyani dkk

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki peranan strategis dalam pembangunan ekonomi dan menjadi salah satu penopang utama perekonomian nasional (Meilantika et al., 2024). Dibandingkan dengan industri berskala besar, jumlah UMKM jauh lebih banyak dan memiliki kemampuan untuk menyerap tenaga kerja dalam

jumlah yang cukup besar (Lestari, 2024). Selain itu, keberadaan UMKM juga berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan daya beli masyarakat (Ulfah et al., 2022). Dengan berkembangnya zaman, UMKM dituntut untuk menyesuaikan strategi pemasaran mereka dengan memanfaatkan media sosial agar mampu menjangkau konsumen yang lebih luas (Rahayu & Day, 2017). Pemasaran merupakan aspek penting dalam keberlangsungan suatu produk maupun jasa karena dapat membantu memperluas jangkauan pasar serta memudahkan masyarakat dalam memperoleh produk atau layanan yang mereka butuhkan (Sufitrayati, 2025).

Desa Bondat yang terletak di Kecamatan Pagimana memiliki berbagai potensi, seperti usaha kecil menengah di bidang pertanian, peternakan, dan perkebunan yang menjadi sumber mata pencaharian utama masyarakat setempat. Apabila potensi daerah mampu dipromosikan secara luas hingga dikenal oleh masyarakat dari berbagai wilayah, maka hal tersebut dapat memberikan dampak positif terhadap perkembangan dan kemajuan potensi daerah tersebut. Oleh karena itu, pendampingan bagi UMKM sangat diperlukan karena masih terdapat keterbatasan dalam aspek pengetahuan, keterampilan, serta inovasi yang dimiliki oleh para pelaku usaha (Mahirun, Sri Budi Santoso, 2023). Kondisi tersebut menyebabkan pelaku UMKM masih sangat bergantung pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan melalui pelatihan manajemen serta pemasaran yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun kalangan akademisi guna mendukung pengembangan dan keberlanjutan usaha mereka (Turmudhi et al., 2024). Manajemen pemasaran merupakan suatu sistem kegiatan bisnis yang mencakup proses perencanaan, penetapan harga, promosi, dan distribusi produk, jasa, maupun ide guna memenuhi kebutuhan serta keinginan pasar sasaran sehingga tujuan organisasi dapat tercapai (Rodiah et al., 2024). Konsep tersebut menunjukkan bahwa manajemen pemasaran berperan penting dalam mengatur dan mengarahkan seluruh kegiatan bisnis agar mampu memenuhi kebutuhan konsumen serta membantu perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Tannia Regina, Sugiyono, 2025). Kondisi saat ini di Desa Bondat, produk *Virgin Coconut Oil* (VCO) memiliki potensi yang cukup besar karena didukung oleh ketersediaan bahan baku kelapa yang melimpah. Namun, produk VCO yang dihasilkan masih menghadapi kendala dalam aspek pemasaran, khususnya pada identitas dan tampilan kemasan. Sebagian produk masih dipasarkan dengan kemasan sederhana tanpa label yang informatif dan menarik, sehingga kurang mampu menarik perhatian konsumen serta sulit bersaing dengan produk sejenis yang telah memiliki kemasan profesional. Selain itu, ketiadaan label menyebabkan informasi penting mengenai produk, seperti nama merek, manfaat, komposisi, dan identitas produsen, tidak tersampaikan dengan baik kepada konsumen. Oleh karena itu, diperlukan pembuatan desain label yang menarik, informatif, dan sesuai dengan karakteristik produk VCO Desa Bondat sebagai upaya meningkatkan nilai tambah produk, memperkuat identitas merek, serta mendukung perluasan pemasaran produk di masyarakat.

Desain label pada suatu produk memiliki peranan yang sangat penting sebagai identitas produk yang akan dipasarkan. Label produk dapat membantu konsumen dalam mengenali dan memilih produk yang diinginkan, sekaligus memperkuat citra merek usaha di tengah persaingan industri yang semakin ketat. Oleh sebab itu, keberadaan label menjadi faktor penting agar produk lebih mudah dikenal oleh masyarakat luas. (Yunita, 2023). Sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan kemasan produk tanpa label. Kondisi tersebut terjadi karena adanya anggapan bahwa pembuatan kemasan yang menarik dan berkualitas memerlukan biaya yang cukup besar. Pandangan ini muncul dari persepsi bahwa diperlukan peralatan yang mahal untuk menghasilkan kemasan produk makanan maupun minuman yang mampu menarik perhatian konsumen. (Elisabeth et al., 2022). Pemilik usaha kecil atau UMKM sering kali mengabaikan pentingnya investasi dalam pelabelan dan pengemasan produk yang baik. Banyak pelaku usaha kecil belum menyadari bahwa konsumen cenderung mempertimbangkan kualitas dan daya tarik kemasan dalam menentukan keputusan pembelian produk. Oleh karena itu, kemasan produk perlu menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran suatu usaha. Salah satu unsur utama dalam kemasan yang harus diperhatikan oleh pelaku bisnis adalah branding atau label produk sebagai identitas dan daya tarik bagi konsumen. (Yunita, 2023).

Label produk yang dibuat dengan baik dan konsisten dapat meningkatkan ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian serta membantu konsumen lebih mudah mengenali produk yang diproduksi oleh UMKM (Eka Prasetya et al., 2023). Sebelum adanya desain label yang memadai, produk VCO yang dihasilkan UMKM di Desa Bondat masih menggunakan kemasan tanpa label dengan tampilan yang kurang menarik dan minim informasi produk. Selain itu, keterbatasan desain kemasan juga berdampak pada rendahnya daya saing produk karena konsumen cenderung memilih produk dengan tampilan yang lebih profesional dan informatif. Oleh karena itu, penerapan desain label yang menarik dan informatif menjadi langkah penting bagi UMKM untuk meningkatkan nilai jual produk, memperkuat citra merek, serta memperluas jangkauan pemasaran.

## **METODE**

Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan Januari - Februari 2026, dimulai dengan pembuatan label kemasan yang disertai dengan proses pendampingan kepada pelaku usaha. Pendampingan tersebut diperlukan karena masih rendahnya tingkat keterampilan dan inovasi yang dimiliki oleh pelaku UMKM (Kusuma et al., 2025). Kondisi ini menyebabkan UMKM masih bergantung pada sumber pengetahuan dari pihak luar, sehingga peningkatan kapasitas usaha menjadi hal yang penting untuk dilakukan (Kusuma et al., 2025). Melalui pemberian pemahaman dan edukasi terkait pentingnya label pada kemasan produk, diharapkan pelaku UMKM tidak hanya memahami fungsi label sebagai identitas produk, tetapi juga menyadari bahwa label memiliki peran penting

dalam meningkatkan daya tarik produk, nilai jual, serta kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan (Luthfiya Fathi Pusposari, Lusty Firmantika, Imam Wahyu Hidayat, 2026). Adapun tahapan dan metode pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan**

Tahapan Pelaksanaan	Kegiatan	Metode	Materi
Observasi	Melaksanakan observasi di Desa Bondat Kecamatan Pagimana	Partisipatif	Observasi dilakukan kepada masyarakat dan pelaku UMKM VCO untuk memperoleh informasi mengenai kondisi usaha, sistem pemasaran, serta kendala yang dihadapi dalam pengembangan produk
Koordinasi	Melaksanakan konsultasi dan koordinasi bersama warga setempat mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan	Partisipatif	Memaparkan persiapan program kerja yang akan dilaksanakan.
Persiapan Kegiatan	Menyiapkan alat, bahan dan materi kegiatan	Partisipatif	Tahap persiapan dilakukan dengan menyiapkan alat, bahan, serta materi yang diperlukan guna mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan
Pelaksanaan	Melaksanakan pembuatan label kemasan serta memperlihatkan desain label yang sudah ada	Partisipatif	Pembuatan desain label pada produk VCO

Pada tabel diatas menjelaskan tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dalam pembuatan desain label kemasan produk *Virgin Coconut Oil (VCO)* di Desa Bondat, Kecamatan Pagimana. Kegiatan diawali dengan tahap observasi, yaitu melakukan pengamatan langsung di lokasi serta bertemu dengan masyarakat dan aparat pemerintah desa untuk mengetahui kondisi dan kebutuhan UMKM setempat. Pada tahap ini juga dijelaskan mekanisme pelaksanaan kegiatan dan program kerja yang akan dilakukan.

Tahap berikutnya adalah koordinasi, yaitu melakukan konsultasi dan kerja sama dengan warga setempat mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan. Metode yang digunakan bersifat partisipatif agar masyarakat dapat terlibat secara aktif dalam proses kegiatan. Pada tahap ini dipaparkan persiapan program kerja yang akan dilaksanakan selama kegiatan berlangsung.

Selanjutnya, pada tahap persiapan kegiatan dilakukan penyiapan alat, bahan, dan materi yang dibutuhkan dalam pembuatan desain label kemasan. Masyarakat diberikan pemahaman mengenai kebutuhan dan langkah-langkah dalam proses pembuatan desain label produk.

Tahap terakhir adalah pelaksanaan, yaitu melakukan pembuatan desain label kemasan produk VCO bersama masyarakat setempat. Pada tahap ini diperlihatkan contoh desain label yang sudah ada sebagai referensi sehingga masyarakat dapat memahami pentingnya label kemasan sebagai identitas produk dan media promosi untuk meningkatkan daya tarik produk UMKM.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Bondat, Kecamatan Pagimana, telah terlaksana sepenuhnya melalui beberapa program utama, yaitu pembuatan desain label produk dan sosialisasi mengenai pentingnya label sebagai identitas produk agar lebih mudah dikenal oleh masyarakat luas. Sebelum adanya kegiatan pembuatan desain label, produk VCO yang dihasilkan oleh UMKM di Desa Bondat masih dipasarkan menggunakan kemasan sederhana dengan identitas produk. Kondisi ini menyebabkan produk sulit dikenali oleh konsumen, kurang memiliki nilai tambah, dan belum mampu bersaing secara optimal dengan produk sejenis yang telah memiliki kemasan dan label yang lebih profesional. Selain itu, minimnya informasi pada kemasan, seperti nama produk, manfaat, komposisi, dan identitas produsen, membuat tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk relatif rendah. Dampaknya, peluang pemasaran dan peningkatan penjualan produk UMKM menjadi terbatas. Selanjutnya setelah dilakukan pembuatan desain label dan sosialisasi kepada pelaku UMKM, terjadi perubahan yang cukup positif. Produk VCO memiliki tampilan yang lebih menarik, informatif, dan profesional sehingga lebih mudah dikenali oleh konsumen. Keberadaan label juga membantu membangun identitas merek (*branding*) produk, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memberikan nilai tambah pada produk yang dipasarkan. Selain itu, pelaku UMKM memperoleh pemahaman mengenai pentingnya kemasan dan label sebagai strategi pemasaran, sehingga mereka lebih siap untuk memperluas jangkauan pemasaran produk. Dengan adanya desain label, produk VCO Desa Bondat memiliki peluang yang lebih besar untuk meningkatkan daya saing, menarik minat konsumen, dan mendukung perkembangan usaha UMKM secara berkelanjutan. Hal tersebut didukung oleh hasil penelitian yang menyebutkan bahwa sebagian besar keputusan pembelian konsumen terjadi secara spontan ketika melihat produk di rak penjualan, sehingga label menjadi salah satu elemen penting yang dapat memengaruhi keputusan pembelian tersebut (Tyas & Cahyo, 2025).

Pada tahap awal pelaksanaan program, dilakukan kegiatan observasi dan edukasi kepada masyarakat yang terlibat langsung dalam kegiatan UMKM sebagai langkah awal untuk membangun pemahaman dan partisipasi bersama. Perencanaan program dimulai pada akhir Januari 2026 dengan menitikberatkan pada penyusunan materi dan perancangan konsep desain label yang akan diterapkan pada produk UMKM. Tahap persiapan ini tidak hanya bertujuan untuk mematangkan pelaksanaan kegiatan, tetapi juga memastikan adanya sinergi antara tim pelaksana

dan pelaku usaha agar program yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat. Persiapan meliputi penyusunan materi edukasi, penyiapan perangkat pendukung seperti laptop dan telepon genggam, serta penyediaan kertas stiker yang digunakan sebagai media cetak label produk. Selain itu, desain label dirancang secara menyesuaikan ukuran dan karakteristik kemasan produk agar mampu menciptakan identitas visual yang khas dan mudah dikenali konsumen. Penyesuaian ukuran label dengan kemasan menunjukkan bahwa aspek estetika dan fungsi kemasan mulai diperhatikan sebagai bagian penting dalam strategi pemasaran produk UMKM, meskipun pada praktiknya masih diperlukan peningkatan kreativitas dan inovasi agar desain yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki nilai kompetitif di pasar.

#### 1. Observasi Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 27 Januari 2026 di Balai Desa Bondat, Kecamatan Pagimana, Kabupaten Banggai. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui proses wawancara secara langsung dengan Kepala Desa beserta aparat desa untuk memperoleh informasi terkait kebutuhan dan pelaksanaan pelatihan perancangan desain kemasan produk bagi pelaku UMKM di desa tersebut.



**Gambar 1. Observasi Kegiatan**

#### 2. Koordinasi Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 30 Januari 2026 di Balai Desa Bondat, Kecamatan Pagimana, Kabupaten Banggai, dengan melibatkan masyarakat serta aparat Desa Bondat sebagai peserta kegiatan. Program ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kreativitas masyarakat dalam merancang desain label produk dengan memanfaatkan media elektronik seperti smartphone dan laptop, sehingga diharapkan mampu mendukung peningkatan produktivitas usaha masyarakat setempat. Pelaksanaan sosialisasi berjalan dengan baik karena mendapat respons yang positif dari masyarakat maupun aparat desa yang menunjukkan antusiasme tinggi selama kegiatan berlangsung. Namun demikian, keberhasilan pelaksanaan kegiatan tidak hanya dapat diukur dari kelancaran sosialisasi semata, melainkan juga perlu dievaluasi melalui sejauh mana

masyarakat mampu menerapkan keterampilan desain tersebut secara mandiri dan berkelanjutan dalam pengembangan usaha mereka.

Kegiatan perancangan desain label pada produk VCO diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam meningkatkan kemampuan sumber daya manusia masyarakat Desa Bondat, Kecamatan Pagimana, Kabupaten Banggai, khususnya dalam bidang kreativitas dan pengembangan usaha berbasis industri rumahan. Melalui kegiatan ini, masyarakat tidak hanya diarahkan untuk memiliki keterampilan teknis dalam membuat desain label, tetapi juga didorong untuk memahami pentingnya identitas produk sebagai strategi pengembangan UMKM yang lebih kompetitif. Penguasaan keterampilan tersebut diharapkan mampu mendukung masyarakat dalam mengembangkan potensi usaha lokal serta menciptakan produk yang memiliki ciri khas dan nilai tambah dibandingkan produk lainnya. Namun, keberhasilan program ini sangat bergantung pada keberlanjutan pendampingan dan kemampuan masyarakat dalam mengimplementasikan keterampilan yang diperoleh secara konsisten, sehingga pengembangan UMKM tidak berhenti pada aspek desain semata, tetapi juga berdampak pada peningkatan kualitas dan daya saing produk secara berkelanjutan.



**Gambar 2. Sosialisasi Terkait Perancangan Desain Kemasan Produk**

### 3. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pembuatan desain kemasan produk menggunakan aplikasi Canva di Desa Bondat, Kecamatan Pagimana, Kabupaten Banggai dilaksanakan mulai akhir Januari hingga pertengahan Februari 2026. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kreativitas masyarakat, khususnya pelaku UMKM, dalam merancang desain kemasan produk yang lebih menarik dan memiliki nilai jual. Melalui pemanfaatan media digital yang mudah diakses, masyarakat diharapkan mampu mengembangkan keterampilan desain secara mandiri guna mendukung pengembangan usaha dan meningkatkan daya saing produk lokal.

Pelaksanaan kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan mencapai seluruh target yang telah direncanakan tanpa kendala yang berarti. Ketersediaan peralatan dan bahan pendukung, seperti perangkat untuk desain label dan pencetakan stiker, menjadi faktor yang sangat membantu dalam kelancaran kegiatan. Selain itu, masyarakat yang terlibat langsung dalam UMKM menunjukkan respons dan partisipasi yang positif selama proses kegiatan berlangsung. Antusiasme tersebut menunjukkan adanya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya desain label sebagai bagian dari pengembangan produk usaha. Melalui kegiatan ini, diharapkan masyarakat Desa Bondat mampu memanfaatkan pengetahuan dan fasilitas yang tersedia secara berkelanjutan, sehingga produk UMKM yang dihasilkan tidak hanya lebih dikenal oleh masyarakat luas, tetapi juga memiliki identitas dan ciri khas yang mampu meningkatkan daya saing produk di pasaran.



**Gambar 3. Proses Pembuatan Desain Label Menggunakan Aplikasi Canva**

Dalam proses pembuatan desain label produk VCO menggunakan aplikasi Canva karena dinilai praktis dan mudah dioperasikan oleh masyarakat. Aplikasi ini menyediakan berbagai template yang menarik serta fitur desain yang cukup lengkap, sehingga memudahkan tim pelaksana maupun pelaku UMKM dalam membuat label produk yang lebih kreatif dan memiliki nilai estetika. Pemanfaatan Canva juga menjadi alternatif yang efisien karena dapat diakses secara gratis melalui *smartphone* maupun *laptop*, sehingga lebih sesuai dengan kondisi dan kemampuan masyarakat desa. Namun demikian, penggunaan *template* instan dalam aplikasi desain juga perlu diimbangi dengan kreativitas dan pemahaman branding produk, agar desain label yang dihasilkan tidak hanya terlihat menarik secara visual, tetapi juga mampu mencerminkan identitas dan karakter khas produk VCO Oil yang dipasarkan



#### Gambar 4. Desain Label Produk VCO yang telah jadi

Dari desain label yang telah dibuat, terlihat bahwa informasi yang dicantumkan tidak hanya mencakup nama produk, tetapi juga detail penting mengenai cara penyimpanan, cara penggunaan, serta manfaat dari produk VCO. Desain label produk VCO ini mengusung konsep sederhana, alami, dan profesional yang bertujuan untuk mencerminkan karakter produk *Virgin Coconut Oil* sebagai produk olahan kelapa murni. Ilustrasi buah kelapa yang ditempatkan di bagian tengah menjadi simbol utama bahan baku produk, sehingga konsumen dapat dengan mudah mengenali bahwa produk tersebut berasal dari kelapa berkualitas. Tata letak informasi yang tersusun rapi pada sisi kiri dan kanan memberikan kesan terorganisir serta memudahkan konsumen dalam membaca informasi produk, manfaat, dan cara penggunaan.

Pemilihan warna hijau muda pada latar kotak informasi melambangkan kesegaran, kesehatan, dan kedekatan dengan alam, yang sesuai dengan karakteristik VCO sebagai produk alami. Warna cokelat dan krem pada ilustrasi kelapa memberikan kesan alami dan menggambarkan bahan baku kelapa yang digunakan. Sementara itu, penggunaan warna hitam pada teks bertujuan untuk meningkatkan keterbacaan informasi sehingga konsumen dapat memahami isi label dengan jelas. Kombinasi warna-warna tersebut menciptakan tampilan yang sederhana namun elegan, sehingga mampu meningkatkan daya tarik produk sekaligus memperkuat identitas VCO Desa Bondat di mata konsumen.

Penyajian informasi tersebut memiliki peran penting dalam membantu konsumen memperoleh pemahaman yang jelas dan akurat terkait produk yang digunakan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk. Selain berfungsi sebagai media informasi, label juga dimanfaatkan sebagai sarana branding dan promosi untuk membangun kesadaran merek serta membedakan produk VCO dari produk sejenis di pasaran. Namun demikian, efektivitas label tidak hanya ditentukan oleh kelengkapan informasi, tetapi juga oleh kemampuan desain dalam menciptakan identitas visual yang menarik, komunikatif, dan sesuai dengan target pasar sehingga mampu meningkatkan daya saing produk UMKM secara lebih optimal.



## Gambar 5. Desain label yang telah ditempel pada produk VCO

### KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan program pembuatan desain label menggunakan aplikasi Canva dinilai berhasil 100% karena mampu memberikan pemahaman praktis kepada masyarakat mengenai pentingnya identitas visual produk sekaligus meningkatkan keterampilan mereka dalam membuat desain label secara mandiri. Selain berfungsi sebagai media informasi produk yang akurat, label juga terbukti memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian konsumen, terutama dalam menarik perhatian secara spontan di pasar. Oleh karena itu, penerapan label pada produk *Virgin Coconut Oil* (VCO) tidak hanya diharapkan menjadi ciri khas produk lokal Desa Bondat, tetapi juga menjadi strategi pengembangan UMKM yang mampu meningkatkan nilai jual, memperkuat daya saing, dan memperluas jangkauan pemasaran produk industri rumahan secara berkelanjutan. Adapun saran untuk pengembangan selanjutnya adalah perlunya pendampingan berkelanjutan kepada pelaku UMKM terkait strategi pemasaran digital, inovasi kemasan, serta pengelolaan branding produk agar produk VCO dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas. Selain itu, diperlukan pelatihan mengenai penggunaan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi dan penjualan produk. Pengembangan berikutnya juga dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas kemasan, pengurusan legalitas produk, serta kerja sama dengan pemerintah maupun pihak terkait untuk mendukung pemasaran dan keberlanjutan usaha UMKM di Desa Bondat.

### DAFTAR PUSTAKA

- Eka Prasetya, R., Safitra Hidayat, R., & Setyarko, Y. (2023). *Penyuluhan Pentingnya Pembuatan Label Produk Umkm Desa Majau Kecamatan Saketi*. 4(1).
- Elisabeth, M., Fatimah, Nuraeni, Y., & Purwaningrum, E. (2022). *Jurnal Ekonomi Bisnis Vol 21 No 2 : 158 - 171*. 21(2), 158–171.
- Imanda, R., Unaida, R., & Rahmi, A. (2025). *PENDAMPINGAN PEMBELAJARAN STEM BERBASIS DIGITAL*. *Jurnal Pengabdian Teknik Industri* 4(2), 26–32.
- Kusuma, T. H., Yuliana, N., Ratnawati, D. P., Habiba, C., Prayogo, A., Kudus, U. M., Info, A., History, A., Produk, D., & Pasar, D. T. (2025). *Optimalisasi Desain Produk Umkm Vanie Honey : Pendampingan Pembuatan Label Dan Packaging Untuk*. 348–354.
- Lestari, B. S. (2024). *Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah ( Umkm ) Dalam Penyerapan*. 2(2).
- Luthfiya Fathi Pusposari, Lusty Firmantika, Imam Wahyu Hidayat, A. B. S. (2026). *Amal Ilmiah : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 7(1), 66–76.
- Mahirun, Sri Budi Santoso, A. J. (2023). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*. 2(4), 205–211.

- Meilantika, F. R., Sihotang, L., & Rachma, F. V. (2024). *Umkm Memiliki Peran Penting Dalam Perekonomian Indonesia*. 2, 188–193.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-Commerce Adoption By Smes In Developing Countries : Evidence From Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25–41.  
<https://doi.org/10.1007/S40821-016-0044-6>
- Rodiah, R., Hijrani, A., Nayla, F., Vientiany, D., Islam, U., & Sumatera, N. (2024). *Manajemen Pemasaran Dalam Organisasi*. 2(6), 732–743.
- Sufitrayati, S. (2025). *Keinginan Dan Kebutuhan Sebagai Dasar Perencanaan Konsep Manajemen Pemasaran*. 4(2), 63–70.
- Tannia Regina, Sugiyono, M. H. (2025). *Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Umkm Sektor Kuliner*. 14, 7–17.
- Turmudhi, A., Ristianawati, Y., Praptitorini, M. D., & Salim, N. (2024). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademi Digital Marketing Sebagai Pengungkit Kinerja Umkm Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademi*. 3(2), 82–88.
- Tyas, A., & Cahyo, I. D. (2025). Workshop Pembuatan Desain Label Kemasan Sebagai Strategi Peningkatan Branding Produk Kuliner Di Dusun Jlegong. Dalam *Bengawan: Jurnal Pengabdian Masyarakat* (Vol. 05, Nomor 1).
- Ulfah, M., Muizz, A., Wadud, A., Anwar, K., Syekh, I., & Cirebon, N. (2022). Pengaruh Bantuan Dana Umkm Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm. 1(2), 74–82.
- Yunita, A. R. (2023). *Pelatihan Pengembangan Usaha Melalui Pembaruan Desain Label Kemasan Pada Umkm Kacang Telur Di Lappacinrana Kabupaten Sinjai*. 1(2), 242–247.