

## **Pengembangan Usaha Melalui Pelabelan Kemasan dan Pembuatan Akun Sosial Media Pada Produk UMKM Bolu Cukke' Di Desa Lamatti Riawang**

**Dian Fakhirah<sup>1</sup>, R.Nurhayati<sup>2</sup>, Diarti Andra Ningsih<sup>3</sup>, Jumardi<sup>4</sup>, Salfianur<sup>5</sup>**  
Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai

<sup>1</sup>Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam, Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai  
\*e-mail: [fahiradian766@gmail.com](mailto:fahiradian766@gmail.com)<sup>1</sup>, [rnurhayati1984@gmail.com](mailto:rnurhayati1984@gmail.com)<sup>2</sup>

### **Abstrak**

*Industri terus mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga menuntut para pelaku UMKM untuk mengembangkan produk agar mampu bersaing dan berkompetisi dalam dunia industri. Tujuan dari pengabdian ini untuk membantu mengembangkan salah satu UMKM di Desa Lamatti Riawang, Kecamatan Bulupoddo, Kabupaten Sinjai, dengan cara memberikan solusi pengembangan usaha melalui pembuatan label dan akun sosial media. Pengabdian ini dilakukan pada rumah produksi UMKM Bolu Cukke milik Ibu Suli, karena produknya tidak memiliki label dan belum memanfaatkan sosial media sebagai media promosi sehingga perlu dilakukan pendampingan pembuatan label dan akun sosial media. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini menggunakan metode PAR (Participatory Action Research) yaitu Pengabdian dengan berorientasi pada pemberdayaan masyarakat. Hasil dari kegiatan ini adalah memberikan label pada produk usaha serta membuat akun sosial media sebagai media promosi sehingga dengan adanya kegiatan ini dapat membantu mengembangkan usaha masyarakat Desa Lamatti Riawang khususnya UMKM Bolu Cukke.*

**Kata kunci:** Industri, UMKM, Label, Sosial Media

### **Abstract**

*The industry continues to experience very rapid development, thus demanding MSME players to develop products so they can compete and compete in the industrial world. The purpose of this service is to help develop one of the MSMEs in Lamatti Riawang Village, Bulupoddo District, Sinjai Regency, by providing business development solutions through creating labels and social media accounts. This service was carried out at the MSMEs Bolu Cukke production house owned by Mrs. Suli, because the products do not have labels and have not utilized social media as promotional media, so assistance is needed in making labels and social media accounts. The method used in this service uses the PAR (Participatory Action Research) method, namely Community Empowerment-oriented Community Service. The results of this activity are labeling business products and creating social media accounts as promotional media so that this activity can help develop the businesses of the people of Lamatti Riawang Village, especially Bolu Cukke MSMEs.*

**Keywords:** Industry, MSMEs, Labels, Social Media

## **1. PENDAHULUAN**

Saat ini, dunia industri dinilai mengalami perkembangan yang sangat pesat. Masa revolusi industri 4.0 memaksa para pelaku usaha untuk menciptakan barang dengan tujuan bersaing di dunia industri yang terlihat berkembang sangat cepat. Era revolusi industri 4.0 telah mengubah dunia global secara signifikan, manusia dimanja dengan kelebihan teknologi yang sangat berkembang pesat (Juhaeni et al., 2020). Di Indonesia sendiri dapat ditemui industri cerdas yang memanfaatkan kemajuan teknologi guna memudahkan rangkaian proses dalam produksinya.

Industri makanan merupakan sektor yang sangat disukai oleh pelaku usaha dan selalu memiliki pasar. Variasi pengolahan makanan industri dalam negeri semakin meluas, dan permintaan konsumen meningkat. Bagi konsumen Indonesia, ketersediaan makanan olahan sangat penting, terutama mengingat harga negara yang rendah dan berbagai jenis barang yang tersedia (Setiawandari et al., 2022). Makanan adalah kebutuhan konsumsi yang sifatnya pokok. Oleh karena itu industri sebagai penyedia produk makanan dituntut untuk memiliki kreativitas serta inovasi untuk dapat bersaing dengan banyaknya

industri makanan lainnya dengan menyediakan produk makanan unggul sesuai dengan kebutuhan konsumen, maupun dalam hal pemenuhan permintaan konsumen yang semakin meningkat.

Indonesia memiliki banyak suku, agama dan bahasa dari Sabang sampai Merauke. Ini adalah aset yang dimiliki oleh negara Indonesia yang benar-benar tidak ternilai harganya. Oleh karena itu, Indonesia memiliki banyak potensi sumber daya alam yang ada dan dapat dimanfaatkan untuk kesejahteraan rakyat Indonesia. Potensi tersebut harus dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya oleh masyarakat, terutama oleh pelaku ekonomi yang dapat memanfaatkan peluang dari potensi yang ada (Sukendar et al., 2020). Banyak sekali potensi yang dapat dimanfaatkan oleh individu seperti dengan mengelola industri UMKM, hasil kebun, sawah, dan hewan ternak untuk dijadikan usaha dalam hal menambah pendapatan ekonomi.

UMKM sendiri memiliki berbagai jenis usaha, salah satunya di bidang pangan. Karena pangan merupakan kebutuhan pokok setiap manusia, maka manfaatnya dinilai menjanjikan. Seringkali pelaku UMKM memproduksi makanan dengan menggunakan teknologi sederhana karena kendala modal dan tempat yang ada. Pelaku UMKM seringkali memproduksi produk makanan pada rumah tinggal sehari-hari, dan karena keterbatasan modal dan tempat, pelaku UMKM seringkali tidak mampu menembus pasar yang besar. Selain itu, permasalahan yang sering dihadapi UMKM adalah tidak memperhatikan identitas pada kemasan produk (Taufikurrahman et al., 2022). Masih terdapat banyak sekali UMKM yang kurang memahami pentingnya pengetahuan teknologi serta tidak mampu mengikuti kemajuan teknologi yang semakin canggih. Hal ini membuat banyak UMKM yang mengalami kelemahan dalam strategi pemasaran bahkan kerugian karena kurangnya pengetahuan dalam mengelola usaha untuk dapat meningkatkan penjualan serta menarik minat konsumen.

Kabupaten Sinjai adalah sebuah kabupaten di Sulawesi Selatan, sekitar 200 kilometer dari Makassar, pusat provinsi tersebut. Terdapat sembilan kecamatan di Kabupaten Sinjai. Kecamatan Bulupoddo merupakan salah satu kecamatan yang ada saat ini. Karena Kecamatan Bulupoddo terletak di kawasan perbukitan di Kabupaten Sinjai, warganya memiliki akses terhadap peluang usaha tani tambahan. Kabupaten Bulupoddo juga terkenal dengan produksi gula merah (Jusniaty et al., 2023). Menurut Asmira Rahma Muin, Gula merah merupakan makanan pokok sebagian besar masyarakat Indonesia, baik untuk keperluan rumah tangga maupun industri. Bahan baku gula merah yang sudah umum dikenal masyarakat seperti kelapa, gula aren, siwalan dan nipah. Secara tradisional, masyarakat selama ini mengandalkan gula aren sebagai pemanis utama pada makanan dan minuman olahan (Utami et al., 2023). Gula merah yang terdapat di Kecamatan Bulupoddo cukup melimpah. Hal ini dikarenakan banyaknya masyarakat yang memproduksi gula merah. Gula merah ini juga dapat di inovasikan untuk dikelola sebagai produk pangan yang menjanjikan seperti kue tradisional khas bugis yang dikenal dengan nama Bolu Cukke'.

Di Desa Lamatti Riawang, Kecamatan Bulupoddo, Kabupaten Sinjai, terdapat usaha yang memproduksi kue tradisional bernama Bolu Cukke' di rumah tinggalnya, kue ini merupakan makanan khas yang populer suku Bugis Makassar. Keberadaan usaha ini karena pemanfaatan potensi gula merah yang melimpah dan banyaknya masyarakat yang menyukai produk Bolu Cukke' ini. Bolu Cukke' adalah kue panggang yang terbuat dari tepung beras, telur, dan gula merah. Rasanya manis, dengan warna coklat kemerahan dan tekstur yang lembut dan padat. Usaha ini dimiliki oleh Ibu Suli, salah satu warga desa Lamatti Riawang.

Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa perkembangan UMKM masih dipengaruhi oleh sumber daya manusia yang relatif lemah karena kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang pemanfaatan IPTEK. Ukuran pasar yang tidak terlalu luas membuat usaha ini kurang dikenali masyarakat, karena produk usaha yang tidak memiliki label, serta lokasi produksi yang sedikit diketahui masyarakat umum dan yang belum menggunakan jejaring sosial media sebagai teknologi pemasaran.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat memaksa setiap orang untuk menggunakannya agar tidak ketinggalan Zaman. Oleh sebab itu, penanaman sikap bijak kepada diri sendiri dan orang lain disekitar kita dalam menggunakan teknologi (kesalehan digital) sehingga sosial media sebagai bentuk perkembangan teknologi tidak hanya sekedar mengikuti tren tetapi dapat memanfaatkannya dalam hal

kebaikan (Nurhayati et al., 2022). Dalam hal ini, untuk mengatasi ketertinggalan dalam penggunaan teknologi, diperlukan upaya untuk mengejar ketertinggalan tersebut. Seperti memberikan pemahaman dan memfasilitasi pihak yang memerlukan kebutuhan pengetahuan akan ilmu teknologi agar tidak ketinggalan serta dapat ikut berpacu dalam pemanfaatan teknologi untuk perkembangan selanjutnya.

Melihat permasalahan tersebut, maka diperlukan solusi terkait kegiatan pengembangan usaha dengan cara mendesain label pada kemasan produk serta membuat akun sosial media untuk memperluas jangkauan pemasaran produk. Hal ini merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat, sekaligus agar penulis dapat menerapkan ilmu- ilmu yang diperoleh dibangku kuliah. Selain itu, kegiatan pengabdian ini bertujuan agar kedepannya UMKM dapat lebih memperluas jaringan pemasaran untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk sehingga produk ini dapat menjadi produk yang unggul dan ramai peminatnya.

Dengan adanya label pada produk dapat memberikan manfaat agar konsumen lebih mudah mengenali produk UMKM Kue Bolu Cukke di Desa Lamatti Riawang sehingga dapat mempermudah pemasaran. Penulis juga membantu membuat akun media sosial untuk UMKM Bolu Cukke di Desa Lamatti Riawang sehingga mempermudah pengenalan produk yang dapat menjangkau masyarakat luas. Harapan penulis dengan Adanya Label pada produk serta sosial media dapat membantu perkembangan usaha produk UMKM di Desa Lamatti Riawang sebagai bentuk tanggung jawab penulis dalam memenuhi tugas akhir yaitu pengabdian kepada masyarakat.

## 2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan membuat label pada kemasan produk, serta membuat akun sosial media melalui aplikasi instagram pada produk UMKM Bolu Cukke, di Desa Lamati Riawang, Kecamatan Bulupoddo. Kegiatan ini berlangsung selama kurang lebih tiga minggu. Terhitung mulai tanggal 2 Februari hingga 5 Maret 2023.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan metode PAR (*Participatory Action Research*). Pengabdian dengan pendekatan Misi PAR adalah memberdayakan masyarakat. karena memberdayakan masyarakat mengharuskan mereka untuk mengatasi tuntutan dan memberikan solusi atas masalah yang ada di masyarakat. Dosen dan mahasiswa yang melakukan pengabdian masyarakat hanyalah salah satu pihak yang membantu proses perubahan paradigma PAR ini karena masyarakat adalah agen utama perubahan sosial. Agar masyarakat tumbuh dan berkembang, pegawai perguruan tinggi harus menjadikan masyarakat sebagai pemain utama. partisipasi instruktur dan siswa sebagai fasilitator yang secara aktif melibatkan dan memberdayakan masyarakat (Maulana, 2019).

Dalam penerapan PKM PAR, instruktur dan mahasiswa harus memulai dengan tindakan mikro yang memiliki konteks makro/global. Memecahkan persoalan kecil dengan konteks dasar yang dikaitkan dengan konteks makro adalah aktivitas mikro yang dimaksud. Pendekatan selanjutnya adalah menciptakan jaringan ekonomi strategis yang berfungsi untuk mendorong kolaborasi dalam mengatasi kendala di bidang modal, teknologi, pemasaran, dan manufaktur. Karena kekhawatiran mayoritas masyarakat sebenarnya terkait dengan tuntutan finansial mereka, masyarakat akan langsung merasakan dampak PKM jika diadakan dan mampu berdampak langsung pada sektor ini. (Afandi, n.d.). Adapun metode pelaksanaan pada kegiatan ini berfokus pada pelaksanaan kegiatan yang dibagi menjadi beberapa tahapan, yaitu:

### a. Tahap Persiapan dan Perencanaan

Pada Tahap ini, diawali dengan kegiatan survey dengan mendatangi langsung UMKM dan melakukan koordinasi dengan pelaku usaha melalui wawancara langsung untuk mengidentifikasi terkait kekurangan atau permasalahan apa saja yang dihadapi oleh pelaku usaha, kemudian

melakukan kesepakatan kerjasama dengan pemilik UMKM untuk tindak lanjut pemecahan masalah dengan menawarkan solusi dalam rangka pengembangan usaha.

b. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini dilakukan dengan melaksanakan rangkaian proses pengembangan usaha yang telah direncanakan dan dipersiapkan sebelumnya dengan melakukan pendampingan pelabelan kemasan dan pembuatan akun sosial media melalui aplikasi instagram, serta memasang spanduk di teras rumah pemilik usaha. Pada tahap ini penulis mendeskripsikan tata cara pembuatan dan penggunaan akun sosial media, dan membuat desain label untuk kemasan kue Bolu Cukke' yang menarik serta kreatif, sekaligus memasang spanduk usaha di depan rumah pelaku usaha. Hal ini dimaksudkan agar dapat menarik perhatian pembeli, meningkatkan antusias pembeli serta memberikan ciri khas tersendiri untuk produk usaha, sekaligus memudahkan akses untuk bertemu dengan pemilik usaha, dan dengan melalui adanya sosial media, dapat dimanfaatkan untuk mengenalkan produk serta dapat meningkatkan penjualan.

c. Tahap monitoring

Pada tahap ini, dilakukan peninjauan ulang setelah pelaksanaan kegiatan pelabelan produk serta pembuatan akun sosial media. Hal ini dilakukan untuk memastikan kesesuaian dan pencapaian setelah pelaksanaan kegiatan. Selama proses peninjauan, pemilik usaha masih terus melanjutkan penggunaan label produk pada kemasannya setiap ada orderan yang masuk serta mengakui bahwa produk kue Bolu Cukke' miliknya sudah mulai ramai pesanan setelah adanya identitas produk dan akun instagram. Adapun akun sosial media dikelola oleh Alya Dafista yakni anak pemilik usaha dengan memposting gambar desain produk yang menarik lengkap dengan deskripsi produk yang berisi kontak person dan harga yang ditawarkan kepada konsumen untuk menarik minat beli konsumen. Hal ini membuktikan bahwa kegiatan ini berjalan dengan baik dan sesuai rencana.

d. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini, penulis mengevaluasi kemampuan atau pemahaman pelaku usaha selama proses pendampingan pembuatan akun sosial media dan pelabelan. Hal ini dilakukan agar mengetahui tingkat pemahaman pelaku usaha, karena hal tersebut penting dilakukan untuk kelanjutan usahanya.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 2 Februari sampai 5 Maret 2023, di Dusun Jerrung Desa Lamatti Riawang, Kecamatan Bulupoddo, Kabupaten Sinjai. Kegiatan ini berfokus pada pengembangan salah satu UMKM pembuatan Kue Tradisional Bolu Cukke', dengan pertimbangan bahwa usaha kue ini perlu dipertahankan dan dikembangkan. Berdasarkan kegiatan pendampingan yang telah dilakukan pada pendampingan UMKM berupa pelabelan kemasan produk dan pembuatan akun sosial media ini dilaksanakan untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi pemilik usaha kue Bu Suli di Desa Lamatti Riawang, Kecamatan Bulupoddo Kabupaten Sinjai. Hasil dari tindakan ini berbentuk beberapa kegiatan, seperti berikut :

a. Analisa Terhadap Kebutuhan UMKM Kue Bolu Cukke'

Analisa merupakan tahap penting yang dilakukan untuk mengembangkan UMKM kue Bolu Cukke' milik Ibu Suli sebagai cara untuk membedakan produknya dengan produk pesaing. Kegiatan pendampingan UMKM dimulai dengan observasi langsung ke tempat produksi dan diskusi langsung dengan pelaku usaha tentang ide dan konsep yang diinginkan, seperti desain kemasan, kemudian memberikan saran kepada pemilik usaha tentang desain kemasan dan topik lainnya. (Kholifah et al., 2021). Salah satu tumpuan ekonomi Indonesia adalah pertumbuhan Usaha Mikro,

Kecil dan Menengah, yang dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kelangsungan pembangunan negara (Veranita, 2013). Dengan melakukan wawancara terhadap pelaku UMKM, hal itu dapat memudahkan untuk menemukan permasalahan yang sedang dialami serta memberikan solusi.

Berdasarkan observasi, UMKM milik Ibu Suli telah lama merintis usaha kue miliknya, namun belum memiliki label pada kemasan produknya, serta belum mempunyai akun sosial media untuk usahanya. Oleh karena itu, penulis menawarkan solusi dengan membuat desain label untuk produknya, serta akun sosial media sesuai dengan spesifikasi kebutuhan UMKM Ibu Suli.

Berdasarkan permasalahan pada UMKM ini, maka solusi yang diberikan adalah membuat label pada kemasan produk UMKM Bolu Cukke serta membuat akun sosial media untuk membantu perkembangan produk dan peningkatan penjualan di luar wilayah Desa Lamatti Riawang.

b. Pembuatan Desain Label Kemasan Produk

Dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif saat ini, kemasan merupakan salah satu elemen yang sangat penting dan mutlak diperlukan untuk mendongkrak kualitas produk dan daya jual. Selain memberikan perlindungan produk, label dan kemasan juga berfungsi sebagai sarana periklanan dan edukasi bagi produk yang dikandungnya. Kemasan produk yang baik dan menarik akan menarik pelanggan dengan syarat tersendiri (Veranita, 2013).

Menurut Marinus dalam Kadi, label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya (Kadi et al., 2023). Kusnandar dalam Kadi juga menjelaskan bahwa Dengan label, suatu produk memiliki nama yang memudahkan masyarakat untuk mengenalinya, dan dengan kemasan yang lebih kekinian dan menarik, dapat mendongkrak penjualan suatu produk. Itu karena pembeli membuat keputusan di pasar dalam waktu lima detik dari kesan awal, oleh karena itu tampilan sangat penting (Kadi et al., 2023). Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa dengan adanya label pada kemasan produk, dapat memudahkan konsumen untuk mengenali produk serta dapat menarik minat konsumen sehingga meningkatkan penjualan produk. Berikut ini merupakan desain label produk milik UMKM Ibu Suli. Desain label ini dibuat semenarik mungkin dengan corak warna yang mencolok sebagai identitas produk.



Gambar 1. Label Kemasan



**Gambar 2.** Tampilan Kemasan Sebelum dan Sesudah Diberi Label

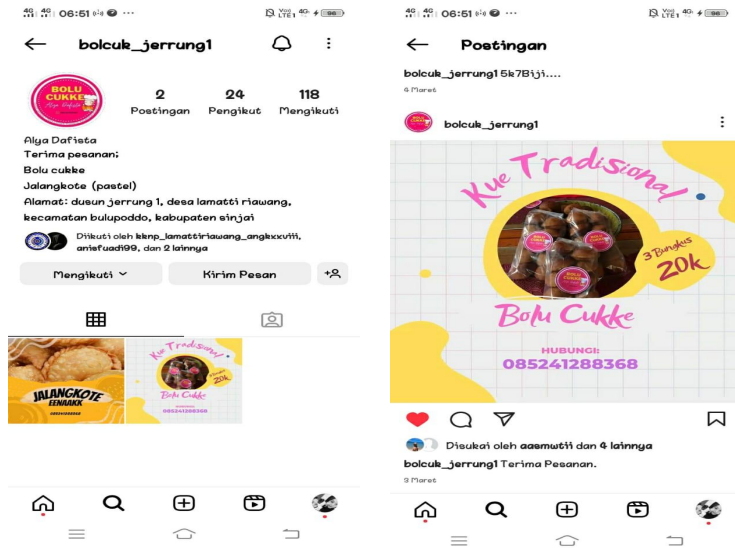
Pada tahap ini, penulis mendesain label kemasan dengan mencantumkan nama Alya Dafista dalam label kemasan sesuai dengan permintaan Ibu Suli selaku pemilik usaha. Alya Dafista sendiri merupakan nama anak dari pemilik usaha yang kelak akan melanjutkan usaha kue tradisional ini. selain itu terdapat alamat dan kontak person untuk memudahkan konsumen menemukan produk ini. Label kemasan dibuat lebih menarik dengan memberikan warna merah jambu sebagai warna dasar yang dikombinasikan dengan warna putih dan kuning sebagai ciri khas produk UMKM Bolu Cukke.

c. Pelatihan pembuatan dan cara menggunakan akun sosial media instagram

Perkembangan media sosial telah mempengaruhi perkembangan ekonomi. Berbagai transaksi jual beli yang sebelumnya hanya bisa dilakukan dengan cara tatap muka atau melalui telepon dan pos, kini jauh lebih mudah karena dilakukan melalui media sosial. Pelaku pasar dapat terhubung dengan produsen lain, klien, atau klien potensial melalui media sosial. Media sosial membantu menyampaikan informasi dengan gaya kasual dan interaktif dan memberikan identitas bisnis atau perusahaan yang diiklankan (Puspita et al., 2023). Media sosial memiliki banyak sekali manfaat bagi kehidupan individu. Manfaat ini juga dapat dirasakan bagi para industri sebagai pelaku usaha untuk lebih memudahkan dalam menjangkau pasar lebih luas lagi.

Menurut Himawan, Saefullah, & Santoso, Pemasaran online dapat digunakan untuk meningkatkan pemasaran dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Menurut Nugroho, Perkembangan teknologi dan maraknya penggunaan internet berdampak pada cara manusia berinteraksi saat ini, terutama dalam jual beli. Instagram merupakan salah satu aplikasi yang dapat digunakan sebagai tempat pemasangan iklan dan platform untuk transaksi jual beli sekaligus, sehingga barang dapat dilihat oleh masyarakat yang lebih luas (Kholifah et al., 2021). Dalam kegiatan ini, diberikan UMKM dapat memperoleh manfaat dari pelatihan dan dukungan dalam mengembangkan dan memanfaatkan Instagram untuk menjual produk mereka.

Dengan menggunakan smartphone, instruksi dilakukan kepada pemilik usaha, mula-mula menginstal aplikasi instagram pada smartphone pemilik usaha, kemudian pendamping menginstruksikan untuk meluncurkan program selanjutnya Gunakan nomor ponsel pemilik usaha untuk mendaftar. Langkah selanjutnya adalah membuat kata sandi yang sesuai. pemilik usaha Setelah berhasil login, buatlah username sesuai nama yang digunakan, maka username yang digunakan adalah @Bolcuk\_Jerrung1. Setelah membuat akun, penulis membantu pemilik usaha dalam memposting gambar produk di Instagram. yang sebelumnya mendesain gambar produk yang menarik untuk kemudian di upload atau diposting pada instagram.



**Gambar 3.** Akun Sosial Media Instagram

Pemanfaatan instagram sebagai media sosial pemasaran dalam menyampaikan informasi kepada publik, diharapkan dapat memberikan hasil berupa pengetahuan yang berguna bagi publik yang melihatnya, yang dalam hal ini adalah para pelanggan dari Usaha kue Bolu Cukke. Sehingga pelanggan menjadi tahu tentang produk-produk yang ditawarkan oleh UMKM ini melalui instagram. Instagram yang merupakan sebuah aplikasi berbagi gambar kini telah berkembang menjadi salah satu alat pemasaran yang paling efektif dalam menjual produk (Untari & Fajariana, 2018). Pada aplikasi Instagram banyak sekali ditemukan pengguna yang memafaatkan media ini untuk berjualan, atau bahkan promosi. Sehingga dapat digunakan pula oleh UMKM Bolu Cukke’ milik Ibu Suli untuk menarik minat konsumen dalam penjualan produknya.

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada usaha Kue Bolu Cukke di Desa Lamatti Riawang Kecamatan Bulupoddo memberikan pengetahuan pentingnya label pada kemasan sebagai identitas pada produk untuk menarik minat konsumen, serta sosial media sebagai teknologi promosi untuk menjangkau pasar yang lebih luas dari produk yang dihasilkan oleh UMKM. Penggunaan media sosial melalui aplikasi Instagram dalam promosi dan pemasaran produk dapat mempercepat penyerapan produk dan memperluas jangkauan pasar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada usaha kue Bolu Cukke di desa Lamatti Riawang memberikan dampak yang positif terhadap mitra pengabdian sehingga dapat merubah pola promosi pada usaha kue kearah yang lebih baik di era digital saat ini.

Kegiatan pengabdian ini tentunya bermanfaat bagi UMKM Kue Bolu Cukke di Desa Lamatti Riawang, karena usaha mengalami kemajuan dari segi pengembangan usaha setelah adanya label pada kemasan produk dan sosial media untuk memudahkan pemasaran produk.

Produk kue Bolu Cukke’ yang diproduksi di Desa Lamatti Riawang Kecamatan Bulupoddo memiliki banyak sekali keunggulan dan ciri khas tersendiri sehingga perlu di pertahankan dan dikembangkan serta diperkenalkan pada masyarakat lokal maupun luar daerah. Dengan adanya label dan akun sosial media diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dan memperluas jaringan pemasaran serta memudahkan konsumen untuk menemukan produk usaha kue tradisional ini.

Mengingat kerja sukarela yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan UMKM ini sebagai upaya dalam menarik konsumen dan meningkatkan penjualan produk dengan membuat label

dan akun sosial media. Maka hasil yang diperoleh adalah dapat menarik minat beli konsumen serta menambah pengetahuan bagi pelaku UMKM tentang bagaimana cara menggunakan media sosial untuk promosi, serta label produk yang tidak kalah pentingnya untuk membedakan produknya dengan produk yang lain. Setelah adanya label dan sosial media terjadi peningkatan dalam strategi pemasarannya, sehingga produk dapat dikenal banyak orang serta dapat meningkatkan penjualan khususnya pada produk kue Bolu Cukke di desa Lamatti Riawang.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan dan kemampuan sehingga penulis bisa menyelesaikan kegiatan pengabdian ini. Terimakasih kepada kedua orang tua yang telah memberi dukungan dan senantiasa mendoakan setiap langkah. Terimakasih kepada dosen pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing selama penyusunan artikel ini Terima kasih juga kepada Kepala Desa Lamatti Riawang atas kesempatan yang telah diberikan untuk mengabdikan di desa ini, dan setiap elemen yang tidak dapat Penulis sebutkan satu persatu terima kasih atas segala bantuan, jasa, dan supportnya selama kegiatan berlangsung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. (n.d.). Participatory Action Research (PAR) Metodologi Alternatif Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat Transformatif. *UIN Malang*. <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/dimas/article/d>
- Juhaeni, Safaruddin, Nurhayati, R., & Tanzila, A. N. (2020). Konsep Dasar Media Pembelajaran. *JIEES: Journal of Islamic Education at Elementary School*, 1(1), 38–46.
- Jusniaty, Baharuddin, Juniati, S. R., Hasdinawati, Hasyim, S., & Tahir, S. (2023). English Training and Entrepreneurship dalam Mendukung Wisata Budaya di Karampuang. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(1), 89–96.
- Kadi, D. C. A., Fauzi, R. U. A., Damayanti, R. Y., Eka, K., & Yani, M. (2023). Labeling, Packaging, Dan Branding Sebagai Peningkatan Minat Beli Konsumen Pada UMKM Selai Srikaya Jumbo Desa Pupus Lembeyan Magetan. *ITAKARYA Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–12.
- Kholifah, A., Saputra, D. A., Sanjaya, E., Sari, I., Muflihati, I., & Suhendriani, S. (2021). Pendampingan Umkm Peyek Bu Eswati Pangungroyom Patidengan Design Pengemasan Dan Penjualan Melalui Media Sosial. *JURNAL PEMBERDAYAAN MASYARAKAT*, 9(2), 210–217.
- Maulana, M. (2019). Asset Based Community Development: Strategi Pengembangan Masyarakat di Desa Wisata Ledok Sambi Kaluriang. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 259–278.
- Nurhayati, R., Inar, Juliana, Febrianty, W., & Islamiah, D. (2022). Kesalehan Digital (Analisis Fenomena Popularisasi Hadis Pada Status). *Proceedings University of Muhammadiyah Yogyakarta Undergraduate Conference*, 2(1).
- Puspita, D., Anggraeni, L., Ardiansyah, A., Rahmatullah, D., Asid-Qi, M., Komariyah, & Asrori, K. (2023). Sosialisasi Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Sosial bagi Pelaku UMKM. *Journal Of Indonesian Social Society*, 1(1), 7–10.
- Setiawandari, N. E. P., Febryanto, Y. A., & Wardhani, S. (2022). Pengembangan Desain Kemasan Produk Untuk Memperluas Pasar Pada UMKM Catering Makanan Tradisional. *Communnity Development Journal*, 3(2), 1123–1128. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/5440/3924>
- Sukendar, A. Y. S., Raissa, A., & Michael, T. (2020). Penjualan Rogodi (Roti Goreng Mulyodadi) Sebagai Usaha Bisnis Dalam Meningkatkan Usaha Mikro Kecil (UMK) Di Desa Mulyodadi, Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 3(1), 79–89.

- Taufikurrahman, Yusuf, A. R. B., Fatimatuzzahro, U., Rahmawati, E. F., Aprilia, F. F., Fadillah, A. N., Setiawati, P., Aidhaningtyas, F. T., Krisna, N., Murti, D. S., Putra, S. F. L., & Ardiyana, I. G. (2022). Pendampingan Pembuatan Label Pada Produk Kemasan UMKM Di Desa Besuk, Kecamatan Bantaran, Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Penyuluhan Dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM)*, 1(2), 48–54. <https://jurnal.erapublikasi.id/index.php/JPPM/article/view/62/62>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). *Widya Cipta Jurnal Sekertari Dan Manajemen*, 2(2).
- Utami, N., Jamaluddin, Firdaus, & Judrah, M. (2023). Palm Sugar Production and Marketing Assistance in Duampanuae Village, Bulupoddo District Sinjai District Pendampingan Produksi dan Pemasaran Gula Aren di Desa Duampanuae Kecamatan Bulupoddo Kabupaten Sinjai. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 223–232.
- Veranita, M. (2013). Strategi Pemasaran Produk Makanan Olahan Melalui Pengemasan Dan Pelabelan (Packing And Labelling) (Studi Kasus: Produk Kerupuk Di Desa Pakutandang Kecamatan Ciparay Kabupaten Bandung). *JURNAL EKBIS (Ekonomi Bisnis)*, 1(1).