

SOSIALISASI PENINGKATAN KUALITAS KEMASAN, LABELING PRODUK MAKANAN LOKAL DAN ASPEK LEGALITAS MEREK DAGANG AL-ANFUS PADA DESA SUKASARI KECAMATAN TUNJUNG TEJA

Zaenudin¹⁾, Eli Apud Saepudin²⁾, Rizki Amilia³⁾

¹⁾ Administrasi Bisnis, Institut Kemandirian Nusantara IKNUS, Pandeglang Banten

^{2,3)} Administrasi Publik, Universitas Bina Bangsa, Serang Banten

zaenudin@stiabanten.ac.id

Abstract

This community service activity aims to improve the quality of packaging and labeling of local food products and provide an understanding of the legal aspects of trademarks for MSME players in Sukasari Village, Tunjungteja District. The product that is the focus of this activity is Al-Anfus brand cassava chips, as one of the local superior products that has the potential to develop in a wider market. Through socialization and training, participants were given knowledge and skills in designing attractive, informative, and food safety standard packaging, as well as the importance of trademark registration to protect product identity. The methods used included counseling, discussion, and hands-on practice in label design and filling out trademark registration forms. The results of the activity showed an increase in participants' understanding of the importance of professional packaging and labeling, as well as awareness of the urgency of legality in business development. This activity is expected to encourage local MSMEs to be more competitive and sustainable in facing modern markets.

Keywords: Packaging, Labeling, Legality, Trademark, Sukasari Village.

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas kemasan dan labeling produk makanan lokal serta memberikan pemahaman mengenai aspek legalitas merek dagang bagi pelaku UMKM di Desa Sukasari, Kecamatan Tunjungteja. Produk yang menjadi fokus kegiatan ini adalah keripik singkong merek Al-Anfus, sebagai salah satu produk unggulan lokal yang berpotensi berkembang di pasar yang lebih luas. Melalui sosialisasi dan pelatihan, peserta diberikan pengetahuan dan keterampilan dalam merancang kemasan yang menarik, informatif, dan sesuai standar keamanan pangan, serta pentingnya pendaftaran merek dagang untuk melindungi identitas produk. Metode yang digunakan meliputi penyuluhan, diskusi, serta praktik langsung dalam desain label dan pengisian formulir pendaftaran merek. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap pentingnya kemasan dan label yang profesional, serta kesadaran terhadap urgensi legalitas dalam pengembangan usaha. Kegiatan ini diharapkan mampu mendorong UMKM lokal untuk lebih kompetitif dan berkelanjutan dalam menghadapi pasar modern.

Keywords: UMKM, Kemasan, Labeling, Legalitas, Merek Dagang, Desa Sukasari.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, membuka

lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di Desa Sukasari, Kecamatan Tunjungteja, terdapat berbagai pelaku UMKM yang bergerak di bidang produksi makanan lokal, salah satunya adalah produk

dengan merek dagang *Al-Anfus*. Namun demikian, masih ditemukan berbagai kendala yang menghambat perkembangan usaha, terutama terkait dengan kualitas kemasan, informasi label produk, dan legalitas merek dagang(Isnawan, 2022).

Kemasan dan label produk memiliki peran penting dalam menarik minat konsumen dan memberikan informasi yang jelas mengenai isi produk. Kemasan yang tidak sesuai standar dan label yang minim informasi dapat menurunkan daya saing produk di pasar. Di sisi lain, aspek legalitas seperti perlindungan merek dagang sering kali diabaikan oleh pelaku UMKM karena keterbatasan pengetahuan dan akses terhadap informasi hukum(Aguerri et al., 2023). Padahal, legalitas usaha dan perlindungan hak kekayaan intelektual sangat penting dalam memastikan keberlangsungan usaha serta mencegah plagiarisme atau klaim dari pihak lain. Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan sosialisasi ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Desa Sukasari dalam hal desain kemasan yang menarik dan fungsional, penyusunan label produk sesuai dengan ketentuan yang berlaku, serta prosedur pendaftaran dan perlindungan merek dagang. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan UMKM lokal, khususnya pemilik produk *Al-Anfus*, dapat meningkatkan kualitas produknya dan memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar lokal maupun nasional(Henry & Powell, 2016).

Kegiatan sosialisasi peningkatan kualitas kemasan, labeling produk makanan lokal, serta aspek legalitas merek dagang dilaksanakan di Majelis Taklim Al-Anfus, yang berlokasi di lingkungan Makbaroh Syekh Sulthon Rafiudin, Desa Sukasari, Kecamatan Tunjungteja(Ganesh & Bright, 2020).

Lokasi ini dipilih karena merupakan pusat kegiatan keagamaan dan kemasyarakatan yang aktif, serta menjadi tempat berkumpulnya masyarakat pelaku UMKM binaan, khususnya yang tergabung dalam kelompok usaha "Al-Anfus". Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 23 Maret 2025, dengan dihadiri oleh pelaku UMKM lokal, tokoh masyarakat, pengurus majlis taklim, serta mahasiswa pendamping. Acara diawali dengan sambutan dari perwakilan panitia pelaksana dan tokoh Majelis Taklim, dilanjutkan dengan pemaparan materi utama(McKemey et al., 2020).

Materi pertama disampaikan oleh tim pendamping UMKM yang membahas tentang pentingnya peningkatan kualitas kemasan dan label produk sebagai bagian dari strategi pemasaran dan daya saing. Peserta diberikan contoh kemasan yang menarik, informatif, dan sesuai dengan standar peraturan perundang-undangan seperti BPOM dan PIRT. Sesi berikutnya dilanjutkan dengan pemaparan mengenai legalitas merek dagang oleh Bapak Dr. Zaenudin, S.H., M.H., dosen Fakultas Hukum Universitas Bina Bangsa. Beliau menjelaskan secara sistematis proses pendaftaran merek dagang dan urgensinya dalam perlindungan hukum terhadap produk UMKM. Peserta tampak antusias dengan mengajukan pertanyaan dan konsultasi langsung terkait kendala hukum yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha. Kegiatan sosialisasi ini juga disertai sesi diskusi dan tanya jawab interaktif yang memberikan ruang partisipasi aktif masyarakat(Mantali et al., 2024). Di akhir kegiatan, peserta diberikan modul ringkas sebagai bahan referensi lanjutan, serta formulir pendataan untuk pelaku usaha yang berminat mendapatkan pendampingan

dalam proses legalisasi merek dagang. Melalui kegiatan ini, diharapkan muncul kesadaran kolektif di kalangan pelaku UMKM mengenai pentingnya aspek kemasan, label, dan legalitas sebagai fondasi usaha yang berdaya saing dan berkelanjutan (Octarina et al., 2022).

Sosialisasi aspek legalitas merek dagang Sebagai bagian dari upaya peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya perlindungan hukum atas produk yang mereka hasilkan, kegiatan ini menghadirkan narasumber dari Fakultas Hukum Universitas Bina Bangsa, yaitu Bapak Dr. Zaenudin, S.H., M.H. Sosialisasi yang disampaikan oleh beliau difokuskan pada aspek legalitas merek dagang, yang merupakan bagian penting dari hak kekayaan intelektual dan perlindungan hukum usaha (Tehupeiory & Simbolon, 2024).

Dalam pemaparannya, Dr. Zaenudin menjelaskan secara rinci mengenai definisi merek dagang, fungsi merek dalam kegiatan usaha, serta pentingnya mendaftarkan merek secara resmi ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan HAM. Beliau menekankan bahwa tanpa legalitas, pelaku UMKM berisiko menghadapi klaim atau penyalahgunaan merek oleh pihak lain yang dapat merugikan secara ekonomi dan hukum. Materi yang disampaikan juga mencakup prosedur pendaftaran merek dagang, mulai dari persiapan dokumen, pencarian merek yang telah terdaftar, hingga tahapan pengajuan dan proses pemeriksaan substantif oleh DJKI. Peserta diberikan contoh nyata dan studi kasus agar lebih memahami pentingnya perlindungan hukum terhadap produk mereka, termasuk potensi keuntungan jangka panjang dari memiliki merek yang terdaftar secara resmi (Ali et al., 2024). Antusiasme peserta cukup tinggi

selama sesi ini, ditunjukkan dengan berbagai pertanyaan yang diajukan terkait kasus yang mereka alami di lapangan. Dr. Zaenudin juga memberikan saran dan solusi praktis kepada para pelaku UMKM, khususnya pemilik produk *Al-Anfus*, agar segera melakukan langkah konkret dalam pengurusan legalitas merek mereka. Melalui sosialisasi ini, diharapkan para pelaku usaha di Desa Sukasari memiliki kesadaran hukum yang lebih baik serta mampu mengambil langkah proaktif dalam melindungi dan mengembangkan usahanya secara legal dan berkelanjutan (Robot Prosecutors and the Future of Criminal Justice in Indonesia: Innovation, Ethics, and Legal Implications Kurnia Dewi Anggraeny *, Zico Junius Fernando **, Kasmanto Rinaldi ***, 2025).

Sosialisasi peningkatan kualitas kemasan Salah satu aspek penting dalam meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar adalah kualitas kemasan. Oleh karena itu, dalam kegiatan sosialisasi ini, turut hadir narasumber dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa, yaitu Bapak Ade Fauji, S.E., M.M., yang memberikan pemaparan mendalam mengenai strategi peningkatan kualitas kemasan produk makanan lokal. Dalam pemaparannya, Bapak Ade Fauji menekankan bahwa kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga menjadi media promosi yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Ia menjelaskan berbagai elemen penting dalam kemasan yang baik, seperti desain visual, informasi produk yang jelas dan informatif, material kemasan yang sesuai, serta aspek kebersihan dan keamanan. Peserta sosialisasi diajak untuk memahami pentingnya menyesuaikan desain kemasan dengan target pasar, serta mempertimbangkan

faktor estetika, fungsionalitas, dan keberlanjutan lingkungan (Yuanitasari et al., 2024). Selain itu, disampaikan pula contoh-contoh kemasan produk UMKM yang berhasil bersaing di pasar modern karena memiliki tampilan profesional dan memenuhi standar distribusi ritel. Dalam sesi praktik, peserta diberikan simulasi sederhana bagaimana menyusun elemen-elemen desain kemasan, mulai dari pemilihan warna, penyusunan label informasi, hingga penempatan logo merek. Kegiatan ini mendapat respons positif dari para pelaku UMKM, khususnya pemilik produk *Al-Anfus*, yang mengakui bahwa selama ini kemasan masih dibuat secara sederhana tanpa mempertimbangkan aspek pemasaran visual. Melalui sosialisasi ini, peserta diharapkan mampu memahami bahwa kemasan adalah investasi strategis bagi pertumbuhan usaha, bukan sekadar pembungkus produk. Kemampuan untuk menghasilkan kemasan yang menarik dan informatif akan membantu produk lokal menembus pasar yang lebih luas, baik di tingkat regional maupun nasional (Arimbi, 2024).

Sosialisasi labeling produk makanan lokal. Aspek labeling atau pelabelan pada produk makanan merupakan hal yang sangat krusial dalam mendukung transparansi informasi bagi konsumen, membangun kepercayaan, dan memenuhi ketentuan regulasi yang berlaku (Adikancana & Santosa, 2024). Untuk itu, dalam rangkaian kegiatan sosialisasi ini, hadir narasumber dari Universitas Bina Bangsa, yaitu Ahmad Ghifari, S.Kom., M.TI., yang memberikan pemaparan mengenai pentingnya label produk makanan lokal yang sesuai standar. Dalam pemaparannya, Ahmad Ghifari menjelaskan bahwa label produk tidak sekadar mencantumkan nama produk, tetapi juga harus memuat

informasi penting seperti komposisi bahan, berat bersih, tanggal kedaluwarsa, izin edar (PIRT/BPOM jika berlaku), informasi produsen, serta kode produksi. Label yang jelas dan lengkap akan meningkatkan kredibilitas produk serta memberikan perlindungan hukum bagi pelaku usaha jika terjadi keluhan konsumen (Fadhil et al., 2024). Ahmad Ghifari juga menekankan pentingnya aspek digitalisasi dalam proses labeling, seperti penggunaan barcode atau QR code untuk meningkatkan akses informasi konsumen terhadap produk. Ia memperkenalkan beberapa aplikasi dan perangkat lunak desain label yang dapat digunakan secara gratis maupun berbayar oleh pelaku UMKM untuk membuat label yang profesional dan menarik. Selama sesi berlangsung, peserta diajak berdiskusi tentang kendala yang dihadapi dalam proses pelabelan, seperti keterbatasan desain, pengetahuan regulasi, dan minimnya peralatan cetak label. Ahmad Ghifari memberikan solusi praktis dan demonstrasi cara membuat label sederhana menggunakan aplikasi desain berbasis digital yang mudah digunakan oleh pelaku UMKM (Koesrianti & Tanega, 2024). Sesi ini mendapat antusiasme tinggi dari peserta, karena sebagian besar pelaku usaha di Desa Sukasari masih menggunakan label seadanya, bahkan ada yang belum mencantumkan informasi dasar pada kemasan produknya. Melalui sosialisasi ini, diharapkan para pelaku UMKM, termasuk produsen *Al-Anfus*, dapat meningkatkan kualitas label produknya agar sesuai standar, menarik, dan informatif (Multazam et al., 2023).

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan sosialisasi ini dirancang secara

partisipatif dan edukatif agar dapat memberikan dampak yang optimal bagi pelaku UMKM di Desa Sukasari, Kecamatan Tunjungteja. Pendekatan yang digunakan meliputi tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan, dengan rincian sebagai berikut. Identifikasi Kebutuhan dan Potensi UMKM Sebelum pelaksanaan kegiatan, tim pelaksana melakukan observasi lapangan dan wawancara singkat dengan pelaku UMKM, khususnya pemilik produk *Al-Anfus*, untuk mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi dalam aspek kemasan, label, dan legalitas merek dagang. Koordinasi dengan Stakeholder Terkait Tim menjalin koordinasi dengan tokoh masyarakat setempat, pengurus Majelis Taklim Al-Anfus, serta narasumber dari Universitas Bina Bangsa guna memastikan keterlibatan semua pihak yang relevan dalam kegiatan sosialisasi. Penyampaian Materi Sosialisasi Kegiatan inti dilakukan melalui penyampaian materi secara langsung oleh narasumber, yang dibagi dalam tiga sesi utama: *Peningkatan kualitas kemasan* oleh Bapak Ahmad Fauji, S.E., M.M. *Labeling produk makanan lokal* oleh Ahmad Ghifari, S.Kom., M.TI. *Legalitas merek dagang* oleh Dr. Zaenudin, S.H., M.H. Masing-masing sesi dilengkapi dengan diskusi interaktif dan studi kasus agar peserta dapat memahami materi secara kontekstual. Pendampingan Praktis Setelah penyampaian materi, dilakukan sesi pendampingan teknis secara langsung seperti simulasi membuat desain label dan menyusun informasi kemasan, serta bimbingan langkah awal pendaftaran merek dagang secara daring (Noor et al., 2021). Evaluasi dan Tindak Lanjut Di akhir kegiatan, peserta diberikan kuesioner evaluasi singkat untuk menilai pemahaman mereka terhadap

materi yang disampaikan. Tim pelaksana juga mengumpulkan data peserta yang berminat untuk mengikuti pendampingan lanjutan terkait desain produk dan legalitas usaha. Metode ini diharapkan dapat menciptakan transfer pengetahuan yang efektif serta membangun kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya kualitas produk dan perlindungan hukum dalam pengembangan usaha (Anwar, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

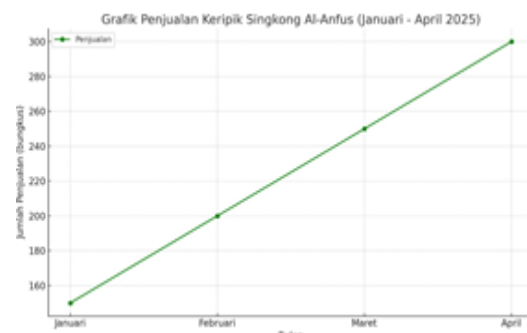
Kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan di Majelis Taklim Al-Anfus, Makbaroh Syekh Sulthon Rafiudin, Desa Sukasari, Kecamatan Tunjungteja, berjalan dengan lancar dan mendapat antusiasme tinggi dari para peserta. Jumlah peserta yang hadir mencapai jumlah peserta 35 orang, yang sebagian besar merupakan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal, khususnya produsen makanan olahan seperti keripik, kue kering, dan jajanan tradisional. Peningkatan Pemahaman tentang Kemasan Sesi yang dibawakan oleh Ahmad Fauji, S.E., M.M. berhasil membuka wawasan peserta mengenai pentingnya desain kemasan yang tidak hanya menarik, tetapi juga informatif dan sesuai dengan standar pasar. Sebagian besar peserta mengakui bahwa selama ini kemasan produk mereka masih sederhana dan kurang menarik secara visual. Setelah sesi tersebut, peserta mulai memahami pentingnya pemilihan bahan kemasan, desain grafis, dan informasi yang wajib dicantumkan. Labeling Produk Makanan Lokal Pada sesi yang disampaikan oleh Ahmad Ghifari, S.Kom., M.TI., peserta diperkenalkan pada elemen-elemen wajib dalam pelabelan produk makanan, seperti komposisi, tanggal kedaluwarsa, informasi produsen, dan izin edar.

Peserta juga diajarkan cara mendesain label sederhana menggunakan aplikasi digital. Respon peserta sangat positif karena mayoritas dari mereka belum memiliki label produk yang sesuai standar. Peningkatan Kesadaran tentang Legalitas Merek Dagang Materi tentang legalitas merek dagang yang disampaikan oleh Dr. Zaenudin, S.H., M.H. memberikan pemahaman penting mengenai perlindungan hukum terhadap produk UMKM. Peserta menyadari bahwa tanpa pendaftaran merek, usaha mereka rentan terhadap klaim pihak lain dan tidak memiliki kekuatan hukum. Beberapa peserta menyatakan minat untuk mendaftarkan merek produk mereka dan berkonsultasi langsung dengan narasumber.

Antusiasme dan Partisipasi Peserta Kegiatan ini berlangsung secara interaktif. Para peserta aktif bertanya dan berdiskusi mengenai tantangan yang mereka hadapi dalam pengemasan, pelabelan, dan legalitas produk. Beberapa pelaku UMKM bahkan membawa contoh produk mereka untuk didiskusikan secara langsung dengan narasumber. Tindak Lanjut Sebagai hasil dari kegiatan ini, tim pelaksana melakukan pendataan terhadap UMKM yang bersedia mengikuti pendampingan lanjutan, terutama dalam hal desain kemasan dan pengurusan legalitas merek dagang. Selain itu, peserta juga diberikan modul ringkas sebagai referensi dan panduan praktis (Syafei, 2019).

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa tingkat literasi pelaku UMKM terkait kemasan, label, dan legalitas merek masih tergolong rendah. Namun, kegiatan sosialisasi terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan mendorong peserta untuk mulai melakukan perbaikan terhadap produk mereka. Pendekatan kolaboratif dan partisipatif yang digunakan dalam

kegiatan ini mampu menjembatani kebutuhan informasi dengan praktik langsung di lapangan. Dengan adanya sinergi antara dunia akademik dan pelaku UMKM, kegiatan semacam ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan secara berkelanjutan melalui program pendampingan berkala, pelatihan lanjutan, serta fasilitasi pendaftaran legalitas usaha secara kolektif (Rakhmawati, 2024).



Grafik 1. grafik garis penjualan produk keripik singkong Al-Anfus dari bulan Januari hingga April 2025.

Terjadi tren peningkatan penjualan setiap bulan secara konsisten. Penjualan meningkat dari 150 bungkus di Januari menjadi 300 bungkus di April, yang menunjukkan pertumbuhan sebesar 100% dalam empat bulan. Lonjakan tertinggi terlihat antara Februari dan Maret, yang dapat mengindikasikan adanya peningkatan strategi pemasaran, perbaikan kemasan, atau mulai diterapkannya label yang lebih menarik (Salvia et al., 2024).

Desain yang menarik akan menjadi daya tarik visual pertama yang membuat konsumen berhenti sejenak dan memperhatikan produk di antara banyaknya pilihan di rak atau toko online. Dalam dunia yang kompetitif, tampilan luar bisa jadi pembeda utama. Desain adalah cerminan kualitas dan karakter produk. Kemasan yang profesional dan estetik memberi kesan bahwa produk di dalamnya juga dibuat dengan serius dan berkualitas.

Sebaliknya, desain asal-asalan bisa menurunkan persepsi konsumen, meskipun isi produk sebenarnya bagus. Desain yang baik dapat menaikkan persepsi nilai dari produk itu sendiri. Konsumen cenderung rela membayar lebih untuk produk dengan kemasan atau desain yang terlihat premium atau unik, meskipun isinya sama dengan produk lain. Desain yang konsisten dan khas terutama dari segi logo, warna, dan elemen visual membantu produk lebih mudah diingat oleh konsumen. Ini penting untuk repeat purchase dan loyalitas merek. Desain yang baik mampu menyampaikan informasi penting dengan cara yang jelas, ringkas, dan menarik, seperti komposisi, manfaat, tanggal kedaluwarsa, cara penyimpanan, dan izin edar. Ini sangat penting untuk membangun kepercayaan konsumen. Dalam pasar yang ramai, desain adalah salah satu alat untuk membedakan produk dari kompetitor. Identitas visual yang kuat akan membantu produk menonjol dan mudah dikenali. Desain kemasan yang fungsional (mudah dibuka, bisa ditutup kembali, ringan, tahan lama) juga berpengaruh terhadap kenyamanan konsumen dan efisiensi distribusi/logistik(Jamin et al., 2023).



Gambar1. Kemasan Produk Sebelum dan Sesudah di desain

Jelas dapat dilihat dengan kemasan yang bagus tentunya menarik perhatian konsumen untuk membeli keripik singkong Al-Anfus yang didesain dengan kemasan baru ditambah varian rasa unik, seperti varian rasa rumput laut, rasa sereh, rasa bebek peking, rasa daun mint, rasa ayam panggang, rasa ayam rica-rica, rasa sapi panggang, rasa jahe merah, rasa daun kelor dan rasa original. Banyaknya varian rasa tiap kemasan tentu menjadi pilihan yang menarik untuk merasakan rasa yang berbeda dalam setiap bungkusannya.

SIMPULAN

Kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan di Desa Sukasari, Kecamatan Tunjungteja, memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM lokal, khususnya pengelola produk keripik singkong Al-Anfus. Melalui pemaparan materi oleh para narasumber dari Universitas Bina Bangsa, peserta memperoleh pengetahuan praktis dan strategis terkait. Pentingnya kemasan yang menarik dan fungsional, baik dari sisi

estetika, daya tahan, maupun pemasaran produk. Labeling produk yang sesuai standar untuk menciptakan kepercayaan konsumen dan memenuhi regulasi pangan, seperti mencantumkan komposisi, tanggal kedaluwarsa, dan informasi produsen. Pentingnya legalitas merek dagang sebagai bentuk perlindungan hukum dan langkah strategis dalam pengembangan merek usaha agar tidak mudah ditiru dan memiliki hak eksklusif. Antusiasme peserta menunjukkan bahwa kegiatan ini relevan dengan kebutuhan mereka, dan membuka peluang untuk dilakukannya pendampingan lanjutan terkait desain kemasan, pendaftaran label pangan, dan legalitas usaha. Dengan bekal pengetahuan ini, pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk lokal dan memperluas pasar secara lebih profesional dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur dan hormat, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dan mendukung terselenggaranya kegiatan Sosialisasi Peningkatan Kualitas Kemasan, Labeling Produk Makanan Lokal, dan Aspek Legalitas Merek Dagang AL-ANFUS yang dilaksanakan di Desa Sukasari, Kecamatan Tunjungteja. Ucapan terima kasih kami sampaikan secara khusus kepada Pemerintah Desa Sukasari atas dukungan fasilitas dan koordinasi yang baik dalam pelaksanaan kegiatan. Narasumber dan pemateri dari Dosen Universitas Bina Bangsa yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta pengalaman yang sangat bermanfaat bagi para pelaku UMKM dan masyarakat desa. Seluruh peserta sosialisasi yang telah hadir dengan

antusias dan aktif mengikuti kegiatan dari awal hingga akhir. Pihak sponsor/instansi terkait yang telah memberikan dukungan moril maupun materil demi kelancaran kegiatan ini. Kami berharap kegiatan ini dapat memberikan manfaat nyata bagi pengembangan produk lokal, khususnya dalam meningkatkan daya saing melalui kemasan yang menarik, label yang informatif, serta pemahaman mengenai legalitas merek dagang. Semoga kerja sama dan semangat kolaboratif ini dapat terus terjalin dalam kegiatan-kegiatan positif lainnya di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adikancana, S. H. D., & Santosa, M. A. (2024). The Licensing Transformation in Small and Medium Industries Affecting Environment Following the Establishment of the Law on Job Creation: A Case Study of the Washing Industry in Bandung Regency. *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum*, 11(3), 339–364.
<https://doi.org/10.22304/pjih.v11n3.a2>
- Aguerri, J. C., Miró-Llinares, F., & Gómez-Bellví, A. B. (2023). Consensus on community guidelines: an experimental study on the legitimacy of content removal in social media. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1).
<https://doi.org/10.1057/s41599-023-01917-2>
- Ali, S. M. A., Ghose, A., & Saurav, S. (2024). *Creativity and Innovation in the Age of Artificial Intelligence : A Copyright Dilemma The advent of artificial intelligence marks a*

- significant shift in creative domains traditionally dominated by human efforts , such as writing and painting . Artificial* . 1(2020), 164–184.
- Anwar, M. (2022). Green Economy Sebagai Strategi Dalam Menangani Masalah Ekonomi Dan Multilateral. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara (PKN)*, 4(1S), 343–356. <https://doi.org/10.31092/jpkn.v4i1s.1905>
- Arimbi, D. (2024). Legal Opportunities Solutions to Tackle the Deficit in Indonesia’s National Health Insurance Program. *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum*, 11(3), 317–338. <https://doi.org/10.22304/pjih.v11n3.a1>
- Departemen Kesehatan Republik Indonesia. (2012). *Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 1096/MENKES/PER/VI/2011 tentang Persyaratan Label dan Iklan Pangan*. Jakarta: Kementerian Kesehatan.
- Fadhil, M., Ramadhan, F., & Michael, T. (2024). Legal Protection for LGBT People from Bullying Comments via Social Media. *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 2(1), 10–14. <https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/ijssh/article/view/1282>
- Ganesh, B., & Bright, J. (2020). Countering Extremists on Social Media: Challenges for Strategic Communication and Content Moderation. *Policy and Internet*, 12(1), 6–19. <https://doi.org/10.1002/poi3.236>
- Henry, N., & Powell, A. (2016). Sexual Violence in the Digital Age: The Scope and Limits of Criminal Law. *Social and Legal Studies*, 25(4), 397–418. <https://doi.org/10.1177/0964663915624273>
- Isnawan, F. (2022). *Journal Equity of Law and Police and Social Media : Law Enforcement Against Defamation and Libel in Social Media Comment Sections*. 4(1), 173–189.
- Jamin, M., Hermawan, S., & Mulyanto. (2023). A Discourse of the Indigenous Peoples’ Rights and Their Contributions to the Indonesian Development: Lessons Learned from New Zealand. *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum*, 10(3), 346–366. <https://doi.org/10.22304/pjih.v10n3.a3>
- Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia. (2016). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*. Jakarta: Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Koesrianti, K., & Tanega, J. (2024). A Review of the Indonesian Regulatory Policy on MSMEs and Cooperatives for Boosting Economic Potential towards the Industrial Revolution 4.0. *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum*, 11(3), 434–458. <https://doi.org/10.22304/pjih.v11n3.a6>
- Mantali, A. R. Y., Ismail, D. E., & Machmud, A. W. (2024). *Child Development in the Context of Law Through Indigenous Approaches and Local Wisdom (Strengthening Restorative Justice Within the Criminal Justice System)*. 9(1).

- Moenir, H. A. S. (2010). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- McKemey, M., Ens, E., Rangers, Y. M., Costello, O., & Reid, N. (2020). Indigenous knowledge and seasonal calendar inform adaptive savanna burning in northern Australia. *Sustainability (Switzerland)*, 12(3), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su12030995>
- Multazam, M. T., Phahlevi, R. R., & Purnomo, M. I. (2023). *Securing Blockchain Enterprises : Legal Due Diligence Amidst Rising Cyber Threats A . Introduction Since the birth of Ethereum in 2015 , the use of blockchain as a media for storing transaction information in the cybersecurity world has increased . 1 Ethe*. 26–52.
- Noor, F., Siregar, S. N., Hanafi, R. I., & Sepriwasa, D. (2021). The Implementation of Direct Local Election (Pilkada) and Money Politics Tendencies: The Current Indonesian Case. *Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review*, 6(2), 227–246. <https://doi.org/10.15294/ipsr.v6i2.31438>
- Octarina, N. F., Sudiawati, S., & Mardika, M. (2022). The Application of the Conditio Sine Qua Non Principle on the Crime of Damage through Social Media. *Lambung Mangkurat Law Journal*, 7(1), 74–92. <https://doi.org/10.32801/lamlaj.v7i1.303>
- Rakhmawati, C. S. (2024). Disclosure Principle as Ex-Ante Rules for Combating Big Tech’s Abuse of Dominance in Digital Market: A Comparative Analysis. *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum*, 11(2), 294–316. <https://doi.org/10.22304/pjih.v11n2.a7>
- Robot Prosecutors and the Future of Criminal Justice in Indonesia: Innovation, Ethics, and Legal Implications* Kurnia Dewi Anggraeny * , Zico Junius Fernando **, Kasmanto Rinaldi ***. (2025). 25–47. <https://doi.org/10.4324/9781003311100>. Josina
- Salvia, H., Priowirjanto, E. S., & Suwandono, A. (2024). Operator Responsibilities in Safeguarding Consumer Rights Against GPS Spoofing in Ride-Hailing Services. *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum*, 11(2), 208–230. <https://doi.org/10.22304/pjih.v11n2.a3>
- Sutrisno, E. (2020). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Bisnis UMKM*. Yogyakarta: Deepublish.
- Syafei, I. A. (2019). The 5 th PROCEEDING “ Legal Reconstruction in Indonesia. Unissula Press, 92. <http://lppm-unissula.com/jurnal.unissula.ac.id/index.php/apic/article/view/10988/4229>
- Tehupeiory, A., & Simbolon, P. G. M. (2024). Extraterritorial Act versus the Indigenous People Protection: An Analysis of the European Union Deforestation-Free Regulation. *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum*, 11(3), 405–433. <https://doi.org/10.22304/pjih.v11n3.a5>
- Widyaningrum, M. E. (2022). “Peningkatan Daya Saing Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan dan Legalitas Produk.”

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 7(2), 122–130

- Yulianto, B. (2021). *Strategi Branding dan Desain Kemasan Produk UMKM*. Bandung: Alfabeta
- Yuanitasari, D., Sardjono, A., & Susetyo, H. (2024). *The Implications of Halal Regulations in Indonesia : A Consumer Protection ' s Legal Perspective populations , religious practices . Muslims are obliged to eat halal food and beverages . Muslims may now easily purchase halal goods because of Law Number 8 . 1(1), 385–404*