

HOME TRAINING : LABELING DAN PACKAGING UNTUK PENGUATAN UMKM KERIPIK PISANG DI BANGKO KIRI

Nasrullah, Muhammad Hafiz, Jonathan Neohansen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tuah Negeri Dumai

*Corresponding author

E-mail: nasrullah280319@gmail.com

Article History:

Received: 01-05-2025

Revised: 06-05-2025

Accepted: 26-05-2025

Abstract: *In Bangko Pusako there are many famous culinary foods, UMKM actors are interested in developing Kepok Banana Chips culinary. However, UMKM actors must face market competition and the problem is that many UMKM actors are not yet skilled in product labeling which is the key to winning market competition by attracting consumers. This study uses the PAR (Participatory Action Research) method which involves UMKM to actively participate in product labeling, starting from information, design and marketing label strategies. The results obtained are that UMKM actors are increasingly skilled and the demand for Kepok Banana Chips products is increasing in the market. The conclusion of this study, the PAR method has proven successful in facing competitors in the market and the use of labels also increases product demand and makes UMKM actors understand how to satisfy consumer desires.*

Keywords:

Labeling, packging, UMKM

Pendahuluan

Bangko Pusako adalah salah satu Kecamatan yang ada di Kabupaten Rokan Hilir. Daerah ini terkenal dengan kuliner makanannya seperti kacang pukul, kue wijen dan lain-lainnya. Pelaku UMKM tertarik untuk membuka usaha Keripik Pisang Kepok, beberapa tahun berjalan baik-baik saja hingga beberapa bulan terakhir tantangan mulai terlihat yaitu permintaan produk mulai menurun. Kejadian ini membuat pelaku UMKM cemas dan mereka harus mengambil langkah cepat dan tepat agar dapat membalikkan keadaan seperti semula.

Setelah ditelusuri lebih dalam ternyata untuk produk UMKM Keripik Pisang Kepok ini menghadapi masalah di bagian Labelingnya. Labeling produk yang tidak jelas dan kurang informatif membuat konsumen tidak tertarik dan kurang percaya akan produk yang dijual walaupun kualitas produk tersebut bagus (Framita & Maulita, 2020). Labeling memiliki peran penting dalam penjualan suatu produk, dapat di ibaratkan label ini sebagai identitas maupun Informasi yang melambangkan produk tersebut (Pengabdian et al., 2018). Label adalah bagian dari produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya. Label produk yang bagus juga

merupakan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan pasar modern maupun tradisional. (Sigi et al., 2023)

Untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM Keripik Pisang Kepok di Bangko Pusako mengenai teknik Labeling. Perlu dilakukannya pelatihan yaitu mengumpulkan informasi yang tepat dan akurat untuk label, desain produk yang menarik/disukai serta strategi pemasaran yang tepat (Khoirianingrum et al., 2018). Pelaku UMKM harus belajar bagaimana cara membuat label yang baik serta sesuai dengan standar pasar dan permintaan pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana keberhasilan pelatihan yang diterapkan pelaku UMKM Keripik Pisang Kepok di Bangko Pusako terkait Labeling yang baik dan benar. Tujuan lainnya yaitu untuk memenangkan persaingan pasar, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang nyata bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan keterampilan Labelling, meningkatkan kualitas produk serta menarik banyak konsumen sehingga dapat membuat produk ini unggul di pasaran.

Metode

Untuk memecahkan tantangan yang dihadapi UMKM Keripik Pisang Kepok di Bangko Pusako dalam menghadapi pesaing mulai dari pemasaran hingga produksinya, metode yang tepat digunakan yaitu metode PAR (Participatory Action Research). Metode PAR dipilih karena pelaku UMKM terlibat langsung secara Partisipasi Aktif yang memungkinkan adanya perbaikan mulai dari proses hingga penerapan solusinya.

Adapun cara menganalisisnya, yaitu :

a. Identifikasi Permasalahan

Mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi produk UMKM tersebut, mulai dari label produk yang menarik hingga strategi dalam memasarkannya. Cara yang dapat dilakukan yaitu dengan wawancara sebagai acuan informasi penting untuk mengetahui kekurangan produk tersebut.

b. Perencanaan Pelatihan

Merancang program yang ada agar lebih efisien dan tertata rapi sesuai fungsinya, Aspek penting program ini yaitu mengumpulkan informasi yang tepat untuk label, desain label yang menarik dan strategi pemasaran yang matang. Program ini harus dilakukan bersama pelaku UMKM agar efektivitas yang dihasilkan maksimal.

c. Pelaksanaan Pelatihan

Menerapkan pelatihan secara langsung bersama pelaku UMKM, dengan mengikuti program yang sudah disepakati dan adanya pengawas yang mengawasi apakah pembuatan label tersebut sudah menarik dan informatif.

d. Evaluasi dan Refleksi

Menjelaskan kembali kepada peserta pelatihan manfaat dari program pelatihan

yang dilaksanakan sekaligus menilai kinerja peserta apakah sudah mampu dalam mengembangkan Labeling produk dan dampaknya terhadap peningkatan permintaan produk.

e. Tindak Lanjut

Memberikan bantuan keberlanjutan seperti dukungan serta motivasi agar kinerja peserta dapat terus bertahan dan meningkat.

Hasil

Penerapan Labeling produk UMKM Keripik Pisang Kepok Kecamatan Bangko Pusako Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau, dalam peningkatan produksi produk UMKM tersebut terdapat langkah-langkah yang sudah terencana, diantaranya :

- a. Memberikan pembelajaran serta pendampingan yang terarah agar dapat meningkatkan manajemen UMKM yang baik. Pembelajaran tersebut dapat meningkatkan pengetahuan serta menambah pengalaman pelaku UMKM dan dengan bimbingan yang baik dapat membuat pelaku UMKM menjadi lebih mandiri dan membuat mereka berani mengambil tindakan terkait strategi pemasaran seperti penjualan produk melalui media sosial dengan menghadirkan produk yang berkualitas.
- b. Kualitas produk, salah satu cara membuat produk tersebut berkualitas yaitu dengan cara menampilkan label yang menarik dan informatif di kemasan, sehingga konsumen tidak ragu akan produk tersebut dan dapat membelinya lagi sesuai kebutuhan. Dengan adanya teknik Label yang baik serta menarik di kemasan maka akan membuat produk Keripik Pisang Kepok tersebut lebih berkualitas.



Gambar 1. Pembuatan Labelling dan kemasan Produk Kripik Pisang Kepok

Dalam penjualan produk tidak lepas dari aspek Pemasaran, strategi pemasaran yang baik berperan penting untuk memperkenalkan produk UMKM tersebut kepada khalayak ramai dan hasilnya produk UMKM tersebut laku terjual dan terus

berkembang.



Gambar 2. Pembuatan akun media social untuk pemasaran digital

- c. Pembuatan labeling ditempelkan kesetiap kemasan produk. Stiker label berbentuk persegi panjang dengan kombinasi warna kuning dan coklat yang memiliki kesan warna yang menarik untuk dilihat, serta terdapat logo pisang yang merupakan simbol utama bahan dasar dari produk Keripik Pisang Kepok ini. Dalam Labeling ini berisi informasi mulai dari nama produk, slogan, komposisi produk serta nomor telepon yang dapat dihubungi apabila ingin memesan produk. Manfaat dari pembuatan label yaitu sebagai pembeda produk kita dengan produk pesaing lainnya dan juga dengan label konsumen akan mengenali produk tersebut serta mampu menemukan produk diberbagai tempat sesuai lokasi pemasaran. Maka dari itu perlunya peningkatan inovasi label yang menarik sebagai identitas produk UMKM Keripik Pisang Kepok Kecamatan Bangko Pusako Kabupaten Rokan Hilir.



Gambar 3. Pemasangan Labeling dan pengemasan Produk dan Dokumentasi



Gambar 4. Pendampingan Pengemasan produk



Gambar 5. Pemilik UMKM keripik pisang kepok

Berikut Tahapan Pelaksanaan Program yang sudah dilakukan hingga saat ini, diantaranya :

- a. Memberikan wawasan baru serta mendamping peserta pelaksanaan demi meningkatkan manajemen produksi pada UMKM Keripik Pisang Kepok.
- b. Membantu melakukan pengemasan produk.
- c. Menetapkan strategi serta membantu memasarkan produk.
- d. Membantu mendesain label kemasan produk agar berkualitas dan menarik.
- e. Membuatkan akun sosial media untuk produk UMKM tersebut.

Diskusi

Hasil kegiatan pelatihan labeling dan packaging terhadap pelaku UMKM Keripik Pisang Kepok di Kecamatan Bangko Kiri menegaskan bahwa peningkatan kapasitas pelaku usaha mikro sangat erat kaitannya dengan daya saing produk di pasar lokal maupun regional. Permasalahan utama yang sebelumnya dihadapi adalah lemahnya aspek pelabelan produk yang mengakibatkan turunnya permintaan pasar. Label yang tidak informatif, tidak menarik, serta tidak menggambarkan identitas produk menyebabkan konsumen ragu untuk membeli, meskipun kualitas produk sesungguhnya sangat baik. Melalui pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), pelatihan ini tidak hanya memberikan teori, tetapi juga praktik langsung yang melibatkan pelaku UMKM secara aktif dalam proses perancangan dan pemasaran label.

Pelaku UMKM dilibatkan dalam lima tahapan pelatihan, yakni identifikasi permasalahan, perencanaan pelatihan, pelaksanaan, evaluasi-refleksi, serta tindak lanjut. Hasilnya menunjukkan peningkatan pemahaman dan kemampuan dalam menyusun desain label yang informatif dan menarik. Produk diberi identitas visual seperti nama, logo, slogan, komposisi, dan informasi kontak. Upaya ini membuat produk lebih mudah dikenali sekaligus membedakan dari pesaing. Selain itu, pelatihan juga mendorong penggunaan media sosial sebagai strategi pemasaran digital, yang dinilai sangat efektif untuk memperluas jangkauan promosi.

Pelaku UMKM menyadari bahwa keberhasilan penjualan produk tidak hanya bergantung pada cita rasa, tetapi juga pada cara produk dikomunikasikan kepada konsumen melalui kemasan dan label. Intervensi pelatihan ini dinilai berhasil karena meningkatkan keterampilan praktis pelaku UMKM serta berdampak pada peningkatan permintaan produk di pasar. Diskusi juga menyoroti pentingnya keberlanjutan dukungan, seperti pendampingan teknis dan fasilitasi legalitas produk agar pelaku UMKM dapat terus berkembang secara mandiri. Dengan adanya pelatihan ini, branding produk lokal seperti keripik pisang tidak lagi dipandang sebagai beban, melainkan sebagai strategi inti dalam memenangkan hati konsumen dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Kesimpulan

Pelaksanaan program pelatihan yang diterapkan kepada pelaku UMKM terbukti efektif dengan penggunaan Labelling tersebut pemasaran serta produksi produk UMKM Keripik Pisang Kepok di Bangko Pusako meningkat. Dengan adanya pelatihan ini pelaku UMKM semakin mengerti pentingnya pembuatan label produk yang menarik, karena dengan memperhatikan branding dan strategi pemasaran yang terencana maka produk UMKM tersebut dapat memenangkan persaingan pasar, kunci dari memenangkan pemasaran produk yaitu dengan memenangkan hati konsumen. Dengan demikian, intervensi ini menguatkan posisi UMKM di pasar yang kompetitif serta dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di Kecamatan Bangko Pusako. Penelitian ini membuktikan bahwa Labeling merupakan aspek penting dalam memenangkan persaingan serta meningkatkan daya saing produk local.

Daftar Referensi

- Framita, D. S., & Maulita, D. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Pengemasan, Labelling dan Branding Produk di Desa Sukaratu Kecamatan Cikeusal Kabupaten Serang. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 107–118. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v2i3.254>
- Khoirianingrum, I., Sarjono, Stevani, F., Fradani, A. C., & Pristian, F. A. R. (2018). Workshop Labeling Dan Packaging Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk Lokal Keripik Ketela Di Desa Semenpinggir Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro. *Loyalitas, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 114–125.
- Pengabdian, J., Masyarakat, K., Khoirianingrum, I., Stevani, F., & Fradani, A. C. (2018). Workshop Labeling Dan Packaging Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk Lokal Keripik Ketela Di Desa Semenpinggir Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro. *I(November)*, 114–125.
- Sigi, K., Sastrawan, E., & Putra, S. M. (2023). Peran Labeling Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Keripik Kelapa UMKM Desa Sibalaya Utara , Kecamatan The Role Of Labeling In Increasing Sales Of UMKM Coconut Chip Products , North Sibalaya Village , Tanambulava District , Sigi Regency kesulitan untuk me. *5(4)*, 856–863