



STRATEGI PENGUATAN CITRA PRODUK UMKM KERIPIK PISANG DI DESA GALENGDOWO MELALUI PENGEMASAN DAN PELABELAN

Riwayat artikel:

Diterima: April 2024

Disetujui: Mei 2024

Tersedia secara daring: Mei 2024

*Penulis korespondensi

Surel: liliksuprianti.tk@upnjatim.ac.id

Muhammad Alviean Baihaqi, Lilik Suprianti*, Nurul Widji Triana

Program Studi Teknik Kimia, Fakultas Teknik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, 60294, Indonesia

Abstrak

Desa Galengdowo Kecamatan Wonosalam kabupaten Jombang merupakan daerah dataran tinggi dengan potensi pemandangan alam yang indah dan penghasil buah buahan salah satunya adalah pisang. Melimpahnya buah pisang, membuat sebagian masyarakat desa galengdowo menekuni usaha keripik pisang skala kecil atau UMKM. Walaupun banyak yang menekuni usaha keripik pisang namun mereka kesulitan menjual produk usahanya karena pengemasan yang kurang menarik. Mereka hanya menjual produknya di kawasan desa dan mengandalkan wisatawan yang datang pada *event-event*. Selain penjualan yang terbatas, harga jual keripik pisang produk UMKM galengdowo juga relatif rendah. Untuk itu, diperlukan edukasi kepada pelaku UMK desa galengdowo tentang pengemasan produk yang baik serta pemberian label. Pemberian label bertujuan untuk memberi identitas dan *branding* produk. Program ini dilakukan dengan beberapa tahapan seperti persiapan, pembuatan desain, pencetakan, dan pemasangan. Pemberian label pada produk berpengaruh terhadap pengembangan produk karena dapat mengangkat citra dan nilai tambah produk serta meningkatkan daya saing UMKM.

Kata kunci: UMKM; kemasan, label; keripik pisang.

Abstract

The village of Galengdowo, Wonosalam District, Jombang Regency is a highland area with the potential for beautiful natural scenery and is a producer of fruits, one of which is bananas. The abundance of bananas has led some of the Galengdowo villagers to pursue small-scale banana chip businesses or micro, small, and medium enterprises (MSMEs). Although many have taken up the banana chip business, they struggle to sell their products due to unappealing packaging. They only sell their products within the village area and rely on tourists who visit during events. In addition to low demand, the selling price of the Galengdowo MSME banana chips is also relatively low.

Keywords: MSMEs; packaging; banana chip

© 2024 Penerbit Program Studi Teknik Kimia, UPN "Veteran" Jawa Timur

1. PENDAHULUAN

Desa Galengdowo berlokasi di kabupaten Jombang Jawa timur, tepatnya di kecamatan Wonosalam. Desa galengdowo berada di lereng gunung Anjasmoro dengan ketinggian rata rata

400-500 mdpl (Pemerintah Kabupaten Jombang, 2022). Selain memiliki pemandangan alam yang mempesona, desa galengdowo juga penghasil buah buahan seperti salak, durian, dan pisang. Masyarakat galengdowo sebagian besar adalah petani dan pelaku usaha kecil (UMKM).

Pelaku UMKM di desa galengdowo sebagian besar mengolah hasil pertanian menjadi produk. Salah satu UMKM yang banyak ditekuni masyarakat adalah usaha pembuatan keripik pisang. Karena berskala kecil, proses produksi dilakukan dengan peralatan sederhana. UMKM umumnya masih memanfaatkan alat dapur rumah tangga dalam proses produksinya (Nurasia, Hidayat and Al Anshori, 2021). Hal tersebut yang terjadi pada sekelompok pengrajin keripik pisang di desa Galengdowo.

Walaupun potensi pisang cukup banyak namun usaha keripik pisang cenderung tidak berkembang. Kapasitas produksi para pelaku UMKM tidak meningkat karena jangkauan pemasaran yang masih terbatas. Padahal pemasaran memegang peranan sangat penting dalam perkembangan suatu UMKM (Novitasari *et al.*, 2022). Keripik pisang yang diproduksi biasanya dijual ke berbagai tempat seperti warung, toko sekitar rumah, dan pasar. Penjualan paling jauh hanya sampai ke kampung tetangga. atau bahkan ke luar kota. Kemasan produk keripik pisang yang selama ini diproduksi UMKM desa Galengdowo seperti ditunjukkan pada gambar 1.



Gambar 1 Keripik pisang produk UMKM desa Galengdowo sebelum program Bina Desa

Perluasan pemasaran perlu dilakukan dalam rangka meningkatkan penjualan. Kendala yang dialami oleh pelaku UMKM adalah masalah kemasan dan label. Selama ini kemasan yang digunakan hanya plastik bening tanpa merk dan label. Hal ini menyebabkan produk mereka kurang dilirik oleh konsumen sekalipun produk mereka memiliki kualitas yang cukup baik. Pengemasan memegang peranan penting dalam meningkatkan nilai jual suatu produk. Pengemasan yang menarik merupakan salah

faktor penting dalam kompetisi usaha. Kemasan tidak hanya berfungsi melindungi produk dari kerusakan tetapi juga memiliki nilai estetika yang dapat menarik pelanggan. Kemasan produk dianggap sebagai media *marketing* yang kuat yang dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan produknya (Kotler *et al.*, 2014).

Hal penting yang dapat menunjang penjualan adalah adanya label pada kemasan. Label merupakan bagian dari sebuah produk yang berfungsi sebagai media penyampaian informasi verbal tentang produk seperti kandungan serta keunggulannya (Kadi, 2019)). Pemberian label perlu dilakukan agar konsumen dapat mengenal dan mengingat produk keripik pisang karena telah memiliki identitas. Karena akan banyak ditemukan produk serupa dipasaran, maka suatu produk hendaknya memiliki merek untuk membedakan dengan produk serupa lainnya.

Berdasarkan hal-hal tersebut, maka perlu adanya program Bina Desa. Program tersebut meliputi pendampingan *packaging* dan *labeling* produk UMKM keripik pisang di Desa Galengdowo. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mengenai pengemasan yang baik dan benar. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk memberikan label yang menarik pada produk keripik pisang sehingga dapat meningkatkan pendapatan mitra.

2. METODE KEGIATAN

Program ini dilakukan secara berurutan. Pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari 4 tahapan yaitu:

a. Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakukan dengan mengidentifikasi pelaku UMKM keripik pisang yang masih belum memiliki pemahaman tentang *packaging* dan *labeling* produk. Pada tahap ini dilakukan wawancara kepada pelaku UMKM keripik pisang serta pengumpulan data berupa nama produk, komposisi, dan alamat tempat produksi

b. Tahap Pembuatan Desain

Pada tahap ini, desain label dirancang sedemikian rupa dengan mempertimbangkan estetika serta data-data yang diperoleh dari

tahap persiapan. Desain yang sudah dibuat kemudian dikonsultasikan dengan pelaku usaha. Jika desain sudah sesuai dengan selera pelaku UMKM, maka label dicetak dan dilanjutkan ke tahap selanjutnya

d. Tahap Pencetakan

Pada tahap ini dilakukan pencetakan label yang telah didesain. Label yang dicetak harus disesuaikan dengan ukuran kemasan. Ada jenis kemasan besar, sedang, dan kecil. Hal ini perlu dilakukan agar tampilan label proporsional. Tampilan label yang terlalu besar dapat menutupi produk dalam kemasan. Sedangkan jika label terlalu kecil akan berpengaruh terhadap estetika kemasan yang semakin tidak menarik.

e. Tahap Pemasangan

Pada tahap akhir dilakukan pemasangan label pada kemasan produk keripik. Label yang telah dicetak sesuai dengan ukuran kemasan dipasang. Label berupa stiker ditempelkan pada kemasan berbahan dasar plastik. Pemilihan jenis label berupa stiker juga berpengaruh pada produk. Stiker dinilai lebih mudah menempel pada plastik dan tidak mudah terlepas ketika dilakukan distribusi ke tempat pemasaran.

3. PEMBAHASAN DAN MANFAAT

3.1 Identifikasi UMKM desa Galengdowo

Melalui kerjasama dengan aparat desa Galengdowo, kecamatan Wonosalam Jombang teridentifikasi sekitar 5 UMKM yang memproduksi keripik Pisang. Tim Bina Desa mengunjungi UMKM untuk melakukan sosialisasi tentang program yang ditawarkan. Pelaku UMKM menyambut baik dan menyatakan siap untuk bekerja sama. Kualitas keripik pisang hasil produksi desa galengdowo sudah sangat layak untuk dipasarkan, sehingga dari permasalahan yang telah diidentifikasi, tim fokus pada *branding* produk.

3.2. Pelatihan dan Pendampingan pembuatan Desain Kemasan

Pelatihan tentang kemasan dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang pentingnya kemasan terhadap produk UMKM. sehingga pelatihan tentang kemasan perlu dilakukan. Kegiatan pelatihan diikuti oleh

pelaku UMKM dengan dihadiri tim serta aparat desa galengdowo



Gambar 2 kegiatan sosialisasi dan pelatihan



Gambar 3 kegiatan sosialisasi dan pelatihan

Kemasan memiliki fungsi sebagai pelindung produk agar tidak terpapar oleh lingkungan luar yang dapat berpotensi merusak produk. Kemasan juga berfungsi untuk memudahkan penyimpanan, pengiriman bahkan perhitungan dari produk yang dihasilkan (Nurasia, Hidayat and Al Anshori, 2021). Selain untuk melindungi produk dari kerusakan maupun bahaya lain, pengemasan juga dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran atau upaya untuk meningkatkan daya beli masyarakat karena dengan pengemasan yang baik dan menarik. Pengemasan menjadi sangat penting bagi UMKM keripik pisang sebab produk olahan pisang merupakan produk yang sudah sangat banyak di masyarakat yang membuat persaingan penjualan produk olahan pisang cukup tinggi. Pemberian label merupakan langkah yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM keripik pisang galengdowo untuk dapat menciptakan ciri khas sehingga konsumen dapat mengenal dan mengingat produk olahan pisang tersebut.

Desain kemasan atau label dapat menjadi ciri khas produk. Desain kemasan dapat berpengaruh terhadap apa yang ada di dalamnya. Oleh karena itu bentuk, warna, bahan, desain kemasan dapat mempengaruhi konsumen (Widiati, 2019). Selain faktor-faktor tersebut, informasi tentang produk juga harus disertakan

dalam label produk seperti nama produk maupun nama usaha, komposisi produk, tanggal produksi dan kadaluarsa, serta alamat tempat produksi. Praktik pemberian label kemasan pangan yang baik menjadi hal yang sangat penting (Septian, 2014). Kemasan yang menarik dapat meningkatkan nilai jual produk. Hal ini menjadi dasar estetika desain label. Kombinasi warna yang relevan memungkinkan konsumen tidak bosan melihat kemasan produk. Selain itu, pemilihan font tulisan juga dipertimbangkan, dimana nama produk ditulis lebih besar dari data-data lainnya agar lebih menonjol dan mudah diingat seperti pada gambar berikut. Dari hasil diskusi dengan pelaku UMKM Keripik pisang dan disesuaikan dengan filosofi kearifan lokal masyarakat maka desain kemasan dibuat seperti ditampilkan pada gambar 4 berikut ini.



Gambar 4 Desain Label Kemasan Keripik Pisang

Pelaku UMKM menyepakati nama produk mereka adalah Keripik Pisang Angella. Desain label produk keripik pisang didominasi oleh warna merah dan memberi kesan tegas. Warna merah yang sangat tajam dapat mempengaruhi penglihatan manusia, dimana jika dilihat dari kejauhan maka produk keripik ini sudah dapat dikenali karena ciri khas warna tersebut. Oleh karena itu, masyarakat lebih mengenal identitas produk keripik pisang sehingga dapat memperkuat daya saing produk dalam menghadapi persaingan pasar.

Proses *Labeling* mampu memberikan nilai positif bagi pemilik UMKM agar usaha yang dijalankan dapat menjadi lebih berkembang.

Konsumen menjadi lebih tertarik pada produk berlabel daripada produk tanpa label. Label mampu menjadi identitas produk dan akan diingat oleh konsumen. Hal ini dapat mempengaruhi konsumen jika konsumen memiliki keinginan untuk membeli kembali produk yang sama.

3.3 Penerapan Kemasan Pada Produk

Mengingat masih terbatasnya modal usaha, pengemasan diputuskan tetap menggunakan plastik bening dengan label dicetak pada stiker dan ditempel pada produk atau kemasan. Kemasan plastik masih dipertimbangan menjadi kemasan karena harga plastik relatif murah namun kuat untuk menyimpan produk keripik. Kemasan plastik kedap udara dan kedap air yang dapat menjaga keripik tahan lebih lama. Dengan penambahan stiker label, walaupun kemasan tetap menggunakan plastik namun terlihat lebih menarik. Hasil pengaplikasian label keripik pisang pada kemasan dapat ditampilkan pada gambar 5.



Gambar 5 Kemasan Keripik Pisang Setelah diberi Label

Dari gambar 1 dan gambar 3 terlihat perbandingan yang cukup jelas antara produk keripik pisang yang belum diberi label dengan keripik pisang yang sudah diberi label. Keripik pisang yang belum berlabel terlihat polos dan kurang menarik serta tidak ada informasi terkait produk pada kemasan. Pada kemasan dengan label memberikan informasi kepada konsumen tentang produk di dalamnya. Dengan adanya label maka UMKM Keripik pisang dapat menjual produknya lebih luas lagi bahkan masuk

ke sentra sentra toko oleh oleh di wilayah kabupaten Jombang.

3.4. Evaluasi dan Keberlanjutan

Keberlanjutan program Bina Desa menjadi perhatian tim karena program Bina Desa terbatas oleh waktu. Untuk menjaga keberlanjutan program maka tim Bina Desa melakukan diskusi dengan pihak aparat desa. Evaluasi secara berkala terhadap pelaku UMKM harus dilakukan. Tim mengantisipasi agar pelaku UMKM dapat terus bersemangat mengembangkan produknya dan memberikan kemasan menarik pada produknya walaupun program Bina Desa telah selesai.

4. KESIMPULAN

Permasalahan yang terjadi pada UMKM keripik pisang di Desa Galengdowo, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang ialah dalam menghadapi persaingan pasar. Hal ini dapat disebabkan karena produk UMKM tersebut masih belum memiliki label usaha sebagai identitas produk sehingga nilai jualnya lebih rendah dan kalah di pasaran. Selain itu, kemasan yang kurang menarik dan belum lengkapnya informasi produk dapat menjadikan produk tersebut kurang dikenal sehingga masyarakat belum banyak mengetahui produk yang dijual. Untuk mengatasi permasalahan tersebut maka dilakukan pemberian label pada kemasan. Kemasan yang menarik diperlukan untuk meningkatkan pemasaran produk keripik pisang. Kemasan yang menarik dapat mengangkat citra dan nilai tambah produk serta dapat mewujudkan UMKM naik kelas untuk meningkatkan penjualan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi serta UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan Dana Kegiatan Bina Desa sehingga tim pengusul dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra untuk dapat mengembangkan UMKM Keripik Pisang di Desa Galengdowo, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang.

DAFTAR PUSTAKA

- Irrubai, L, M, 2015, Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat, JURNAL JURUSAN PENDIDIKAN IPS EKONOMI, Edisi XIII
- Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2009. Pedoman Standar Kelayakan Kemasan Produk UMKM, Jakarta
- Kotler, P., & Armstrong, G, 2012. Principles of Marketing (14th ed.). Essex: Pearson Education Limited.
- Kotler, P, & Keller, K, L, 2016. Marketing Management (15th ed.), Pearson.
- Nurasia, dkk, 2021, *Pendampingan Pengolahan Pangan dan Pengemasan Produk Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Bidang Pangan di Kecamatan Bua Kabupaten Luwu*, JURNAL ABDIMAS INDONESIA, 1(4), 49-54
- Septian, J, dkk, 2014, *Pengetahuan Pelabelan Produsen Industri Rumah Tangga Pangan di Kota Bogor*, JURNAL MUTU PANGAN, 1(2), 145-150
- Widiati, A, 2019, *Peranan Kemasan (Packaging) dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak*, JURNAL AUDIT DAN AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TANJUNGPURA, 8(2), 67-76