



Peran Labeling Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Keripik Kelapa UMKM Desa Sibalaya Utara, Kecamatan Tanambulava, Kabupaten Sigi

Afrizun, Erwan Sastrawan, Setiawan Mandala Putra

Management Departement, Faculty of Economics and Business, Tadulako University. Jl. Soekarno Hatta Km.9 Palu, Sulawesi Tengah, Indonesia. Postal code: 94118

*Corresponding Author e-mail:afrizunizun@gmail.com

Received: November 2023; Revised: November 2023; Published: November 2023

Abstrak: UMKM Mandiri Tora Tora merupakan usaha industri rumah tangga yang memproduksi buah kelapa dan diolah menjadi produk makanan yaitu Keripik Kelapa. Dengan label yang menarik dapat meningkatkan minat konsumen. Konsumen lebih tertarik dengan label daripada produk yang tidak memiliki label. Label mampu menjadi identitas dan akan masuk dalam ingatan konsumen. Hal ini sangat mempengaruhi jika berniat untuk membeli kembali. Hasil menunjukkan bahwa peningkatan penjualan melalui perubahan labeling produk pada usaha industri rumah tangga yang berlokasi di Desa Sibalaya Utara Kecamatan Tanambulava kabupaten Sigi, dapat di laksanakan dengan baik meskipun masih bersifat sederhana akan tetapi dari waktu ke waktu mengalami perubahan ke arah yang lebih baik. Tujuan Pembuatan Labeling produk keripik kelapa pada UMKM Tora Tora untuk meningkatkan kualitas produk agar menjadi lebih menarik dimata para konsumen. Mitra yang terlibat dalam pembuatan olahan keripik kelapa pada UMKM Tora Tora berjumlah dua orang yakni ibu lilyana selaku pemilik Usaha dan saudara dari ibu lilyana. Metode pelaksanaan kegiatan dalam pembuatan labeling produk keripik kelapa melalui observasi, sosialisasi, serta penerapan kepada pemilik UMKM Tora Tora. Hasil dari kegiatan pengabdian yang dilakukan tersebut adalah adanya peningkatan kualitas produk pada kemasan olahan keripik kelapa melalui pembuatan labeling.

Kata Kunci: Labeling, UMKM, Keripik Kelapa.

The Role Of Labeling In Increasing Sales Of UMKM Coconut Chip Products, North Sibalaya Village, Tanambulava District, Sigi Regency

Abstract: UMKM Mandiri Tora Tora is a home industry business that produces coconuts and processes them into food products, namely Coconuts Chips. An attractive label can increase consumer interest. Consumer are more interested in labels than products that do not have labels. Labels can become an identity and will enter consumers memories. This really influences whether you intend to buy again. The results show that sales increased through changes in product labeling in home industry businesses located in north Sibalaya Village, Tanambulava District, Sigi Regency. Can be implemented well even though it is still simple, but over time it changes for the better. The aim of making labeling for coconut chips products at Tora Tora MSMEs is to improve product quality so that it becomes more attractive in the eyes of consumers. There are two partners involved in making processed coconut chips at Tora Tora UMKM, namely Mrs. Lilyana as the business owner and Mrs. Lilyana's brother. The method for implementing activities in making labeling for coconut chips products is through observation, outreach and application to Tora Tora MSME owners. The result of the service activities carried out was an increase in product quality on processed coconut chips packaging through labeling.

Keywords: Labelling, MSMEs, Coconut Chips.

How to Cite: Afrizun, A., Sastrawan, E., & Putra, S. M. (2023). Peran Labeling Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Keripik Kelapa UMKM Desa Sibalaya Utara, Kecamatan Tanambulava, Kabupaten Sigi. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 5(4), 856–863. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v5i4.1508>



PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil, menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) menjadi wadah yang baik untuk penciptaan lapangan pekerjaan yang direncakan baik oleh pemerintah, swasta dan pelaku usaha perorangan, (Abdul Halim, 2020). Terkait dengan produk, maka yang di maksud dengan branding adalah cara mengenalkan produk kepada konsumen. Sebagian konsumen biasanya tertarik memilih produk yang memiliki kemasan, merek yang unik dan menarik. Jika konsumen tertarik dengan kemasan suatu produk, tentunya bukan hal yang mustahil bagi pengusaha untuk meraih kesuksesan dalam penjualan produknya (Muljani et., 2020).

Desa Sibalaya Utara merupakan salah satu desa di kecamatan Tanambulava yang daerahnya tergolong lebih maju daripada desa desa yang lain. Hal itu disebabkan di Desa Sibalaya Utara terdapat industri rumah tangga yang mengelola produk mentah yang ada disekitar rumah mereka menjadi produk olahan yang mempunyai nilai tambah. Salah satu industri rumah tangga yang masih berjalan hingga saat ini adalah produk olahan keripik kelapa. Namun, kendala pemasaran masih menjadi penghambat keberlangsungan industri tersebut. (Setyawan & Sari, 2016)

Kurang menariknya labelling produk keripik kelapa menyebabkan kesulitan untuk mengembangkan usahanya dalam usahanya dalam skala yang lebih luas. Hingga saat ini, produk masih dipasarkan dilingkungan sekitar Desa Sibalaya Utara dan ketika menerima pesanan dari warga Desa. Hal itu menyebabkan usaha tersebut hanya menjadi pekerjaan sampingan, (Farid setyawan, Pinjung Nawang Sari, 2016).

Labelling produk yang merupakan identitas dari sebuah produk yang akan di pasarkan. Dengan adanya label produk pada kemasan produk akan menjadi penguat branding serta mempermudah konsumen dalam memilih produk yang akan di belinya. Label pada kemasan sering kali diabaikan para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di indonesia. Tidak terkecuali UMKM Tora Tora produk keripik kelapa yang berada di Desa Sibalaya Utara, (Farah Putri Wenang Lusianingrum, 2021). Oleh karena itu label kemasan menjadi faktor penting untuk branding produk, Suhardi dkk. (2019). Selain itu, kemasan yang dilengkapi label yang informatif ini juga dapat meningkatkan nilai jual suatu produk, (Khoirianingrum et, al., 2018). Karena sangat penting untuk memberikan informasi tentang produk agar pelanggan mengetahui apa yang mereka beli dan juga tampilan label kemasan mempengaruhi daya tarik mereka untuk membeli hal pertama yang dilihat pelanggan sebelum membeli sebenarnya adalah tampilan luarnya untuk produk, (Gideon Setyo Budiwitjaksono, 2023).

Dari uraian di atas diketahui bahwa seringkali pelaku usaha mikro dan kecil, belum menyadari pentingnya merek (labeling) bagi pengembangan usaha dan peningkatan daya saing produknya. Dalam Usaha UMKM Tora Tora dihadapkan dengan berbagai macam kendala salah satunya adalah

dalam pembuatan label. Dimana label produk keripik kelapa yang sebelumnya kurang menarik dimata konsumen Dari uraian tersebut masalah yang dihadapi UMKM Tora Tora yaitu kemasan produk tidak menarik sehingga minat konsumen untuk membeli produk olahan keripik kelapa tidak ada serta pengemasan produk yang tidak rapih menimbulkan para konsumen tidak berminat untuk membeli. akan dibuat lebih menarik agar dapat meningkatkan kualitas produk keripik kelapa. Motivasi yang mendasari pengabdian ini adalah ingin memberikan dan meningkatkan pemahaman kepada UMKM Tora Tora produk keripik kelapa mengenai pentingnya pengemasan, labelling pada suatu produk dan dapat meningkatkan penjualan sehingga bisa memenuhi kebutuhan ekonomi melalui produk yang berkualitas, (Dien Sefty Framita, Dian Maulita, 2020). here Tujuan dari pembuatan labeling untuk meningkatkan kualitas produk keripik kelapa agar lebih berkualitas dan dapat menarik minat konsumen dan juga untuk membantu UMKM Tora Tora cara serta tahapan memasarkan produk yang baik dan benar agar olahan keripik kelapa dan berkembang dapat diketahui.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian dilakukan di Desa Sibalaya Utara Kecamatan Tanambulava Kabupaten Sigi Provinsi Sulawesi Tengah. Pengabdian ini menjadikan UMKM Tora Tora sebagai sasaran kegiatan pengabdian. Jumlah mitra yang tergabung pada Usaha mikro kecil menengah (UMKM) Tora Tora produk keripik kelapa yaitu dua orang. Ibu Lilyana selaku pemilik usaha dan saudara dari ibu Lilyana. Berikut metode metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat diantaranya :

1. Observasi

Dilakukan dengan terjun langsung kelapangan untuk mengetahui kualitas produk UMKM Tora Tora di Desa Sibalaya Utara. Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Berdasarkan Observasi pada UMKM Tora Tora kualitas produknya pada kemasan label masih banyak kekurangannya.

2. Sosialisasi

Sosialisasi merupakan proses yang dilakukan setelah kebijakan dibuat sebagai landasan pengetahuan dan pemahaman sebelum proses implementasi kebijakan dilaksanakan. Dengan begitu berbagai pihak yang terkait dapat mengetahui dan memahami maksud dan tujuan dari penyelenggaraan suatu kebijakan, sehingga kebijakan tersebut dapat dilaksanakan sebagaimana tujuan yang telah ditetapkan, (Dian Herdiana, 2018).

3. Penerapan

Penerapan adalah suatu kegiatan mempraktekan suatu teori, metode, dan hal lain untuk mencapai tujuan tertentu dan untuk suatu kepentingan yang diinginkan suatu kelompok atau golongan yang telah terencana dan tersusun sebelumnya, (Restiyani, 2021). Selain itu untuk melengkapi

informasi maupun data dari kegiatan pengabdian, tim pengabdi melakukan pendekatan wawancara dan dokumentasi dengan cara berinteraksi langsung dengan objek yang dijadikan sasaran pengabdi, (Dea Aziza Arfah, 2023).

4. Pevaluasi

Pada tahap evaluasi menanyakan kepada pemilik UMKM Tora Tora tentang kontribusi yang telah dilakukan, apakah hasil dari pembuatan labeling bermanfaat bagi peningkatan produknya. Dan hasil dari implementasi pembuatan labeling produk serta cara melakukan penjualan produk sangat bermanfaat bagi UMKM Tora Tora yang berada di Desa Sibalaya Utara Kecamatan Tanambulava Kabupaten Sigi.

HASIL DAN DISKUSI

Alur pembuatan labelling pada produk keripik kelapa pada UMKM Tora Tora di Desa Sibalaya Utara Kecamatan tanambulava Kabupaten Sigi Provinsi Sulawesi Tengah. Langkah langkah yang dilakukan dalam pembuatan labeling, dengan melakukan perencanaan dan persiapan yaitu :

1. Memberikan pembelajaran dan pendampingan dalam meningkatkan manajemen pada UMKM Tora Tora produk keripik kelapa di Desa Sibalaya Utara. Dengan adanya pendampingan dalam pengelolaan usaha dapat meningkatkan ilmu pengetahuan dalam berwirausaha dengan melakukan penjelasan tentang strategi penjualan, cara memproduksi produk yang berkualitas.
2. Kualitas produk, bagaimana membuat produk yang berkualitas salah satunya melalui tampilan kemasan yang baik dan menarik sehingga mampu menarik minat beli masyarakat. Dengan menggunakan teknik pengemasan produk yang tepat maka akan menjadikan produk keripik kelapa lebih berkualitas.



Gambar 1. Pendampingan Pengemasan produk

3. Pemasaran, membantu dalam memasarkan/mengenalkan produknya untuk lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas, singgah dapat meningkatkan penjualan produk yang lebih baik. Dengan melakukan pemasaran yang baik maka besar kemungkinan produk keripik kelapa pada UMKM Tora Tora yang berada di Desa Sibalaya Utara Kecamatan Tanambulava Kabupaten Sigi ini dapat berkembang.



Gambar 2. Pendampingan Strategi penjualan

4. Melakukan pembuatan labeling yang di tempelkan pada setiap kemasan. Stiker label warna yang lebih menarik dan memiliki ukuran yang lebih besar. Label perekat berbentuk persegi panjang dengan warna dasar Hijau dan putih yang berisi informasi, termasud nama merek, slogan produk dan nomor telepon yang dapat di hubungi jika anda ingin melakukan pemesanan. Fungsi membuat label atau tanda bertujuan untuk meningkatkan produk agar lebih di kenal dan lebih mudah untuk di temukan oleh orang lain. Inovasi mampu memberikan nilai positif bagi UMKM. Pelabelan yang menarik dapat menjadi identitas UMKM Mandiri Tora Tora Desa Sibalaya Utara Kecamatan Tanambulava Kabupaten Sigi.



Gambar 3. Pembuatan Labelling Produk Keripik Kelapa

Tahapan pelaksanaan pengabdian yang sudah dilakukan sampai saat ini adalah pada tahapan :

1. Memberikan pembelajaran dan pendampingan dalam meningkatkan manajemen pada UMKM Tora Tora.
2. Membantu melakukan pengemasan produk yang berkualitas agar lebih menarik.
3. Membantu memasarkan produk
4. Membantu membuatkan labelling produk.

Hasil yang diharapkan pada tahap ini adalah meningkatnya jumlah pembeli Pada UMKM Tora Tora produk keripik kelapa. Dan tahapan selanjutnya adalah evaluasi hasil pendampingan manajemen wirausaha, pembuatan kemasan dan labeling. Capaian yang dihasilkan dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Presentase Hasil Pencapaian

No.	Uraian	Prosentase
1.	Memberikan pembelajaran dan pendampingan dalam meningkatkan manajemen pada UMKM Tora Tora.	100 %
2.	Membantu melakukan pengemasan produk yang berkualitas agar lebih menarik.	100%
3.	Membantu memasarkan produk keripik kelapa	100%
4	Membantu membuatkan labelling produk keripik kelapa	100%

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang sudah dilakukan berupa manajemen yang meliputi pemasaran serta pentingnya kemasan dan labeling pada produk keripik kelapa, dimana dalam pengabdian ini membantu mitra (pemilik UMKM Tora Tora) untuk masalah kemasan, serta membuatkan label yang menarik untuk diletakkan pada kemasan yang akan di pasarkan. Di harapkan dengan kegiatan pengabdian yang dilakukan ini dapat menambah jumlah pelanggan/konsumen pada (UMKM Tora Tora).

REKOMENDASI

Labelling berperan penting bagi produk yang akan dipasarkan, dan juga meningkatkan kualitas produk pada usaha mikro kecil menengah (UMKM). Dengan adanya labelling pada kemasan produk dapat meningkatkan kualitas produk itu sendiri dimata para konsumen. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat mengimplementasikan pembuatan labeling pada kemasan produk keripik kelapa pada UMKM Tora Tora di Desa Sibalaya Utara Kecamatan Tanambulava Kabupaten Sigi. Oleh sebab itu, rekomendasi untuk pengabdian berikutnya adalah meningkatkan nilai jual produk keripik kelapa dipasaran agar terus berkembang hingga memiliki peminat yang banyak.

ACKNOWLEDGMENT

Dalam penyusunan ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Penulis secara khusus mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu. Penulis banyak menerima bimbingan, petunjuk dan bantuan serta dorongan dari berbagai pihak baik yang bersifat moral maupun material.

REFERENCES

- Budiwitjaksono, G. S., Rachmawati, P. I., Alfiandy, M. Y., Sauki, M. S., & Ismail, R. R. (2023). Rebranding Label Kemasan Sebagai Sarana untuk Meningkatkan Brand Awareness Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Frozen Food Mas Fian di Kelurahan TuriKota Blitar. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(3), 167–177.
- Dwi Imani, R., Sucipto, H., Afridah, N., Syaifulloh, M., & Bambang Riono, S. (2023). Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Randusanga Wetan. *ITAKARYA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 43–55. <https://ejournal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITAKARYA/article/view/235>
- 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>
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- Herdiana. (2018). Sosialisasi Kebijakan Publik: Pengertian dan Konsep Dasar. *Stiacimahi.Ac.Id*, 14(November), 13–25. <http://www.stiacimahi.ac.id/wp-content/uploads/2019/12/2.-Dian-Herdiana.pdf>
- Khoirianingrum, I., Sarjono, Stevani, F., Fradani, A. C., & Pristian, R. (2018). Workshop Labeling Dan Packaging Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk Lokal Keripik Ketela Di Desa Semenpinggir Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Loyalitas*, 1(2), 114–125.
- Muljani, N., Arini, Suhartatik, A., Lindawati, T., & Nagel, P. J. F. (2020). Pentingnya merek dan kemasan untuk meningkatkan daya saing produk dari usaha mikro dan kecil. *PeKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 53–65. <http://journal.wima.ac.id/index.php/peka/article/view/2997%0Ahttp://journal.wima.ac.id/index.php/peka/article/download/2997/2547>
- Nurdin, J., Arfah, D. A., Kadang, J., & ... (2023). Implementasi Manajemen Rantai Pasok pada Produksi Instan Jahe oleh UMKM Mangrove. ... *Abdimas (Journal of ...)*, 5(2), 287–296. https://journal-center.litpam.com/index.php/Sasambo_Abdimas/article/view/1121%0Ahttps://journal-center.litpam.com/index.php/Sasambo_Abdimas/article/download/1121/795
- Putri, F., Lusianingrum, W., Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2021).

- PELATIHAN LABELING KEMASAN PRODUK UMKM MITRA BINAAN POSYANTEK AL-IKHLAS.* 5(2), 624–632.
- Restiyani, R. (2021). Penerapan Akad Murabah Pada Bank Muamalat Indonesia TBK. *Penelitian*, 4–12.
- Setyawan, F., & Sari, P. N. (2016). Labelling Kemasan Sebagai Upaya Pengembangan Pemasaran Agroindustri Em-ping Jagung. *Jurnal Keterlibatan Masyarakat Indonesia*, 1(2), 231–238. http://download.portalgaruda.org/article.php?article=406800&val=8860&title=LABELLING_KEMASAN_SEBAGAI_UPAYA_PENGEMBANGAN_PEMASARAN_AGROINDUSTRI_EMPING_JAGUNG_DI_DESA_TIRTOMULYO,_KRETEK,_BANTUL