



## **Pendampingan Pembuatan Merk Usaha, Label Kemasan dan Desain Kemasan UMKM Produk Keripik Desa Pa'rappunganta Kecamatan Polombangkeng Utara Kabupaten Takalar Sulawesi Selatan**

**Amanat Solikah<sup>1</sup>, Andi Makbul Syamsuri<sup>2</sup>, Nurdin<sup>3</sup>, Abdurahman<sup>4</sup>, Muh. Azasi Maarif<sup>5</sup>, Nur Hijrah Ahmad<sup>6</sup>, Sri Roslina<sup>7</sup>, Nuur Rohmah Nadzafah<sup>8</sup>, Lika Listra Ningsih<sup>9</sup>**

<sup>1)</sup> Pendidikan Matematika, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhamamadiyah Surabaya, <sup>(2,3,5,6)</sup> Universitas Muhamamadiyah Makassar, <sup>4)</sup> Universitas Muhamamadiyah Pontianak, <sup>7)</sup> Institut Agama Islam Muhamamadiyah Sinjai, <sup>8)</sup> Universitas Muhamamadiyah Surakarta, <sup>9)</sup> Universitas Muhamamadiyah Luwuk Banggai

e-mail: amanatsolekah46@gmail.com

### **Abstrak**

Desa Pa'rappunganta merupakan daerah yang terkenal dengan lahan sawah yang luas. Singkong adalah salah satu tanaman yang dibudidayakan kemudian diolah menjadi produk makanan berupa keripik. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan sebagai solusi dalam strategi penjualan, yaitu branding dan pengemasan sehingga mampu meningkatkan daya saing dan mutu produk yang unggul. Tingkat keberhasilan dari produk ini dicapai dengan meningkatnya volume penjualan dan produk dikenal luas oleh masyarakat. Sasaran dari kegiatan ini adalah pelaku UMKM keripik masyarakat desa Pa'rappunganta kecamatan Polombangkeng Utara Kabupaten Takalar. Metode yang digunakan adalah berupa pendampingan. Keterlibatan pendampingan diawali dengan berkonsultasi dengan pelaku UMKM keripik singkong terkait proses pembuatan, sosialisasi pentingnya merk usaha produk, label pengemasan dan desain pengemasan yang rapi. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat berupa strategi dalam penjualan keripik berupa informasi terkait lokasi dan nomor penjual, pemberian merk usaha, label kemasan, dan pengemasan.

**Kata kunci:** Pendampingan, Keripik, Merk Usaha, Label Kemasan, Pengemasan.

### **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara agraris yang mana sebagai tumpu utama perekonomian nasional. Lahan pertanian yang terhampar luas mengakibatkan masyarakat Indonesia sebagian besar menggantungkan perekonomian hidupnya pada sektor pertanian. Degan adanya lahan yang luas berbagai macam tanaman tumbuh di Indonesia diantaranya ada yang menjadi bahan pokok utama dan pendamping. Dalam data yang ditetapkan oleh kementerian ATR/kepala BPN No. 686/SK-PG.03.03./XII/2019 pada tanggal 17 Desember 2019 luas lahan baku sawah (LBS) Indonesia sekitar 7.463.948 Hektare (Pusparisa, 2020).

Pembangunan nasional melalui pertanian dan ekonomi sebagai wujud peningkatan kualitas masyarakat Indonesia untuk menuju masa depan yang lebih baik dari sebelumnya. Sebagai negara yang memiliki lahan tanah yang luas dan subur berbagai jenis tanaman dapat tumbuh dengan baik sehingga mampu menopang kehidupan sehari-hari. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) merupakan usaha ekonomi produktif milik perorangan ataupun badan usaha yang telah memenuhi kategori usaha sesuai yang termaktub dalam UU No. 20 Tahun 2008. Peran masyarakat dalam usaha mikro kecil menengah (UMKM) sangat penting ini karena terdapat posisi strategis dalam pemanfaatan sumber daya alam di sektor ekonomi, pangan dan pertanian (Sofyan, 2017).



Desa Pa'rappunganta Kecamatan Polombangkeng Utara Kabupaten Takalar memiliki penduduk dengan total 2844 jiwa, jumlah ini sesuai dengan data yang ada di kantor desa Pa'rappunganta. Polombangkeng Utara berada di sebelah selatan perbatasan antara kabupaten gowa dan takalar, lebih tepatnya desa Pa'rappunganta berada di timur desa Palleko. Sebagian besar masyarakat desa Pa'rappunganta merupakan petani. Lahan sawah yang luas menjadikan tempat pekerjaan utama. Potensi desa Pa'rappunganta adalah pertanian dan peternakan, jadi selain lahan sawah membentang luas ternak hewan masyarakat juga banyak. Pertanian yang ditanam berupa padi, jagung, singkong, ubi, kacang hijau, tebu dan kedelai. Adapun hewan ternaknya yaitu kuda, sapi, kambing, ayam, dan bebek. Dalam kurun 1 tahun masyarakat Desa Pa'rappunganta bisa bertani 2 sampai 3 kali musim, 2 kali musim waktu hujan dengan tanaman padi dan musim kemarau berupa kacang hijau atau kedelai. Adapun tanaman singkong dalam kurun 1 tahun dilakukan panen 2 kali. Selain itu potensi pertanian lain dari desa Pa'rappunganta adalah tanaman tebu, dalam kurun 1 tahun tebu dilakukan panen 1 kali dan hasil panen dikirimkan ke pabrik gula yang ada di desa Pa'rappunganta. Hasil pertanian melimpah menjadi sumber utama kehidupan masyarakat Pa'rappunganta sehari-hari. Selain pertanian, peternakan juga menjadi pekerjaan kedua masyarakat Pa'rappunganta setelah bertani.

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat desa Pa'rappunganta dan hasil survey lapangan, panen dari sawah langsung dijual ke pengepul dan hanya ada 1 masyarakat dari dusun batunipa yang memproduksi makanan dari tanaman singkong berupa keripik. Produk keripik yang dijual masih berupa pengemasan biasa dan belum ada merk usaha. Dengan latar belakang tersebut jurnal pengabdian ini berfokus pada pendampingan pembuatan merk usaha, label kemasan dan pengemasan.

Salah satu keberhasilan dalam menjalankan UMKM adalah dengan branding. Dengan adanya brand akan menyakinkan konsumen terhadap produk yang dijual (Permata, Ramli., & Utama, 2019). Dengan adanya merk dapat memudahkan konsumen untuk mengingat nama, logo ataupun symbol produk sehingga berpengaruh besar terhadap penjualan dan meningkatkan daya beli masyarakat.

Selain merk usaha, pengemasan yang unik juga mampu memikat daya beli konsumen. Kemasan produk memiliki peran penting dalam usaha, karena dari tampilan luar konsumen bisa menilai produk tersebut. Kemasan yang efisien, simple serta mudah dibawa kemana-mana akan menarik perhatian konsumen. Dewasa ini banyak konsumen yang mudah tertarik dari tampilan pengemasan, semakin menarik sebuah kemasan maka semakin tinggi pula pembeli produk. Selain itu tampilan kemasan juga akan mempengaruhi harga produk. Namun ada juga konsumen yang mengutamakan mutu sehingga tidak memperdulikan harga untuk sesuatu yang berkualitas (Widiati, 2019).

Berdasarkan uraian di atas maka perlu adanya pendampingan terkait pembuatan merk usaha, label kemasan dan pengemasan keripik singkong di Desa Pa'rappunganta Kecamatan Polombangkeng Utara Kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan. Kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu memberikan dampak penjualan UMKM keripik desa Pa'rappunganta meningkat dari sebelumnya.



## METODE PELAKSANAAN

Sasaran utama dari kegiatan pengabdian masyarakat ini ditujukan kepada pelaku UMKM Keripik Dg Jia Desa Pa'rappunganta Kecamatan Polombangkeng Utara Kabupaten Takalar. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian pada Keripik Dg Jia Desa Pa'rappunganta Kecamatan Polombangkeng Utara Kabupaten Takalar adalah dengan cara membimbing, mengarahkan, membuat merk usaha, label kemasan dan pengemasan. Metode ini dipilih agar produsen mampu praktek langsung untuk membuat merk usaha mereka. Supaya kegiatan pengabdian berjalan dengan lancar maka diperlukan langkah-langkah sebagai berikut:

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Pengabdian Masyarakat

No	Kegiatan	Uraian Kegiatan
1.	Persiapan	<i>Survey</i> Lapangan
2.	Pelaksanaan	<ol style="list-style-type: none"><li>a. Koordinasi dengan pelaku UMKM yang bersangkutan</li><li>b. Persiapan materi</li><li>c. Pelaksanaan kegiatan<ul style="list-style-type: none"><li>- Ceramah</li><li>- Pendampingan proses pembuatan keripik</li><li>- Pendampingan pembuatan merk usaha</li><li>- Pendampingan pembuatan label kemasan</li><li>- Pendampingan pengemasan produk keripik Dg Jia.</li></ul></li></ol>
3.	Laporan	Penyusunan laporan kegiatan

## HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN

Sebelum dilaksanakan pendampingan dilakukan koordinasi antara mahasiswa KKN MAs 2022 Kelompok 85 dengan kepala dusun Batunipa Desa Pa'rappunganta Kecamatan Polombangkeng Utara Kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan. Koordinasi tersebut termasuk dalam survey lapangan yang dilakukan untuk mengetahui lokasi dan tempat pelaku UMKM keripik sebelum nantinya bertemu dengan yang bersangkutan. Setelah dilakukan koordinasi dengan kepala dusun Batunipa kami lanjutkan survey lapangan ke pelaku UMKM keripik Dg Jia. Dari hasil wawancara yang dilakukan permasalahan yang dihadapi adalah produk usaha keripik yang belum ada merk dan label serta pengemasan produk yang masih dalam skala kecil alias dijual gantung di warung-warung.

Kegiatan pendampingan pembuatan merk usaha, label kemasan dan pemngemasan produk dilakukann di rumah pelaku UMKM keripik Dg Jia Desa Pa'rappunganta. Dalam



pendampingan ini dilaksanakan 2 kegiatan terkait dengan brand produk hasil dari UMKM keripik Dg Jia Desa Pa'rappunganta, kegiatan tersebut meliputi:





1. Ceramah tentang pentingnya sebuah merk usaha, label kemasan dan pengemasan dalam sebuah penjualan, beberapa yang dibahas diantaranya adalah:
  - a. Pentingnya merk usaha dan label kemasan
    - 1) Menurut Kotler dan Keller *merk* adalah nama, istilah, tanda atau simbol maupun kombinasi yang bertujuan untuk mengetahui barang atau jasa dari penjual ataupun kelompok penjual serta membedakan dari pesaing (Setyani & Gunadi, 2020). Jadi merk adalah sebuah identitas yang mampu mempermudah konsumen untuk mengingat produk tersebut. Begitupun dengan label kemasan mampu mempermudah untuk menandai bahwa produk tersebut sudah memiliki merk usaha.
    - 2) Menurut Kotler dan Armstrong kemasan atau *Packaging* adalah kegiatan yang melibatkan mendesain, dan memproduksi untuk melindungi sebuah produk (Willya & Nurjanah, 2019). Dapat diartikan kemasan melibatkan desain agar pesan mudah tersampaikan kepada konsumen. Selain sebagai wadah produk kemasan juga sebagai media pemasaran untuk menarik konsumen sehingga berpengaruh terhadap penjualan.
  - b. Manfaat merk usaha, label kemasan dan pengemasan dalam pembuatan usaha  
Menurut Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia RI bekerja sama dengan Japan Internasional Cooperation Agency (2007) pemakaian merek berfungsi sebagai (Husnulwati, 2012):
    - 1) Sebagai tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum dengan produksi yang lain atau badan hukum lainnya.
    - 2) Sebagai alat promosi, sehingga mempromosikan hasil produksinya cukup dengan menyebut mereknya
    - 3) Sebagai jaminan atas mutu barangnya
    - 4) Menunjukkan asal barang/jasa dihasilkan.Menurut Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Kementerian Pertanian RI (2012) secara umum fungsi kemasan adalah (Mukhtar & Nurif, 2015)
    - 1) Melindungi dan mengawetkan produk, seperti melindungi dari sinar ultraviolet, panas, kelembaban udara, benturan serta kontaminasi kotoran dan mikroba yang dapat merusak dan menurunkan mutu produk.
    - 2) Sebagai identitas produk, dalam hal ini kemasan dapat digunakan sebagai alat komunikasi dan informasi kepada konsumen melalui merk yang tertera pada kemasan.
    - 3) Meningkatkan efisiensi, seperti memudahkan proses penghitungan pengiriman dan penyimpanan produk.



Gambar 1. Pendampingan pembuatan keripik

- c. Tata cara pembuatan merk usaha dan label pengemasan  
Dewasa ini merk usaha sangat dibutuhkan sebagai pengenalan produk begitupun dengan label kemasan dan pengemasan yang rapi memberikan tampilan yang bagus sehingga menarik pembeli. Pemahaman yang diberikan kepada pelaku UMKM Keripik Dg Jia sebagai sasaran pengabdian masyarakat adalah bagaimana caranya membuat merk dan label serta pengemasan yang unik serta menarik dan mudah dibawa kemana-mana oleh pelanggan. Hal-hal yang disampaikan adalah sebagai berikut:
  - 1) Penggunaan warna yang cerah agar lebih terlihat
  - 2) Desain kemasan yang sederhana dan mudah dibawa kemana-mana
  - 3) Penggunaan font yang menarik
  - 4) Penambahan informasi penting seperti No HP dan alamat UMKM keripik
  - 5) Menggunakan kemasan yang terjangkau
2. Pendampingan strategi merk usaha, label kemasan dan pengemasan produk UMKM Keripik, pada sesi ini membahas tentang:
  - a. Evaluasi dilakukan terhadap merk yang sudah ada sebelumnya. Pada hal ini yang di evaluasi terkait merk usaha, label kemasan dan pengemasan adalah terkait logo, tulisan, gambar dan keterangan terkait produk.
  - b. Membuat alternatif desain merk usaha dan label kemasan serta pengemasan berupa nama, merk, gambar, dan sebagai pembeda kualitas bisa ditambahkan varian rasa.
  - c. Pengambilan keputusan pelaku UMKM Keripik untuk menggunakan merk usaha yang telah ada atau membuat yang baru.

Tabel 2. Perbandingan sebelum dan sesudah pendampingan

No	Sebelum Pendampingan	Setelah Pendampingan
1.	<p><b>Strategi Pemasaran</b> Dijual di warung-warung dikemas menggunakan plastik ¼ dan dijual pergantung, setiap gantungnya 25 bungkus.</p>	<p><b>Strategi Pemasaran</b> Diterima di semua toko menggunakan standing pouch ditambah dengan kemasan yang ada merk dan labelnya.</p>
2.	<p><b>Merk</b> Belum ada <i>merk</i> di kemasan yang ada</p> 	<p><b>Merk</b> Sudah ada merk usaha dan label kemasan yang menjelaskan atribut produk</p> 
3.	<p><b>Kemasan</b> Kemasan yang ada plastik polos dan sederhana, karena lebih mengutamakan fungsi kemasan sebagai wadah pembungkus bukan menarik peminat konsumen.</p> 	<p><b>Kemasan</b> Kemasan dibedakan menjadi dua jenis besar dan kecil, tak hanya itu kemasan lebih rapi dan efisien untuk dibawa kemana-mana.</p> 





Gambar 2. Penjualan keripik

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini sangat penting untuk masyarakat Pa'rupunganta terkhusus pelaku UMKM Keripik Dg Jia, karena memiliki dampak yang besar dalam mengubah pandangan konsumen atau pelanggan baru. Bahwa selama ini pelaku UMKM keripik Dg Jia menjual produknya dengan cara digantung dan belum ada merk, pada akhirnya setelah ada pendampingan membuka wawasan baru dengan strategi brand dan pengemasan yang rapi menambah kesadaran masyarakat atas kehadiran usaha keripik yang ditawarkan. Sehingga menjadikan usaha keripik ini mampu bersaing dengan produk lain.

Produk keripik yang di produksi oleh Dg.Jia di Desa Pa'rupunganta Kecamatan Polombangkeng Utara Kabupaten Takalar tidak hanya disukai oleh masyarakat desa setempat namun diminati juga desa-desa sebelah. Pengembangan *merk* usaha terhadap usaha keripik Dg Jia sangat penting untuk membangun kepercayaan konsumen yang sudah tertarik pada produk tersebut. Dengan demikian usaha keripik Dg Jia mudah diterima oleh masyarakat setempat.



## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih saya ucapkan kepada kedua orangtua yang selalu support dan mendoakan setiap langkah. Terima kasih kepada panitia KKN MAs 2022 yang telah memberikan wadah untuk publikasi artikel pengabdian masyarakat ini. Terima kasih juga kepada mitra UMKM Keripik Desa Pa'rappunganta Dg Jia dan tak lupa kepada DPL KKN MAs 2022 Kelompok 85 Bapak Dr. Ir. Andi Makbul Syamsuri, ST., MT., IPM. Terima kasih saya ucapkan kepada teman-teman KKN MAs 2022 Posko 85 Nurdin, Abdurahman, Muh. Azasi Maarif, Nur Hijrah Ahmad, Sri Roslina, Nuur Rohmah Nadzafah, Lika Listra Ningsih dan kepada seluruh elemen yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah mensupport kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Husnulwati, S. (2012). Pemanfaatan Merek Untuk Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Media Wahana Ekonomika, Vol. 9, No.1*(Manfaat merk), 61.
- Mukhtar, S., & Nurif, M. (2015). Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora, Vol 8 No.2*(Manfaat kemasan), 183.
- Permata, R. R., Ramli, T. S., & Utama, B. (2019). Pentingnya Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Di Jawa Barat. *Dialogia Iuridica, Volume 10 Nomor 2*(Brand), 35.
- Pusparisa, Y. (2020). *databoks*. Retrieved September 10, 2022, from [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/05/indonesia-miliki-luas-baku-sawah-746-juta-hektare#:~:text=Luas%20lahan%20baku%20sawah%20\(LBS,luas%20lahan%20baku%20sawah%20terluas](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/05/indonesia-miliki-luas-baku-sawah-746-juta-hektare#:~:text=Luas%20lahan%20baku%20sawah%20(LBS,luas%20lahan%20baku%20sawah%20terluas).
- Setyani, T. P., & Gunadi, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada Pt. Radita Autoprima). *Jurnal ilmiah mahasiswa manajemen unsurya, Vol. 1 No1*(Merk), 93.
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Perekonomian Indonesia. *Bilancia, Vol. 11 No. 1*(UMKM), 35.
- 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, Vol. 8, No. 2*(Pengemasan), 69.
- Willya, & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Kemasan Produk Dan Rasa Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pelanggan Minuman Energi. *Jurnal Ilmu Manajemen, 70*.