

## Workshop *Labeling* Dan *Packaging* Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk Lokal Keripik Ketela Di Desa Semenpinggir Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro

Ifa Khoirianingrum\*, Sarjono, Fruri Stevani, Ayis Crusma Fradani,  
Rika Pristian F. A.

Fakultas Ilmu Pengetahuan Sosial IKIP PGRI Bojonegoro

\*Email: nifakhoiria@yahoo.com

**ABSTRACT:** *The purpose of this community service program is to provide understanding to businesses about the importance of labels and packaging, provide training on good labels and packaging to business people and provide an understanding of how to increase the sale value of cassava chips. The method used in the community service program is to use the lecture method to provide an understanding of the management of small businesses, labels and appropriate tracking and label rules and regulations. Besides that, it uses a workshop method about design and packaging. The result of this community service program is that businesses know more about how to increase the selling value of products by labeling and packaging.*

**Key Words:** *Labels, Packaging, Local Chips Products*

### Pendahuluan

Bojonegoro adalah satu dari 38 kabupaten/kota di Propinsi Jawa Timur. Kabupaten Bojonegoro terdiri dari 27 kecamatan yang mencakup 419 desa dan 11 kelurahan. Letak Geografis Bujur Timur: 111°25' dan 112°09' Lintang Selatan: 6°59' dan 7°37' berada di bagian barat propinsi Jawa Timur dengan jarak ± 110 Km dari Kota Surabaya, ibukota Propinsi Jawa Timur.<sup>1</sup>

Topografi Kabupaten Bojonegoro menunjukkan bahwa di sepanjang daerah aliran sungai Bengawan Solo merupakan daerah dataran rendah, sedangkan di daerah bagian selatan termasuk dataran tinggi. Dari 27 kecamatan yang ada di Kabupaten Bojonegoro, 15 kecamatan yang berada di sepanjang tepian sungai selalu menjadi langganan banjir luapan sungai Bengawan Solo. Kecamatan tersebut antara lain: Ngraho, Margomulyo, Padangan, Purwosari, Kalitidu, Dander, Bojonegoro, Trucuk, Malo, Kapas, Balen, Kanor, Kasiman, Sumberejo dan Baureno.

---

<sup>1</sup> Wikipidea.org

Kapas adalah salah satu kecamatan yang berada di tepian sepanjang Bengawan Solo, 7 km dari pusat Kota Bojonegoro arah Kota Surabaya. Penduduk Kecamatan Kapas sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani dengan luas tanah persawahan mencapai 801 hektar, tanah kering sebesar 358 hektar. Tanah kering menghasilkan pertanian palawija yang berlimpah, seperti jagung kedelai dan ketela.

Pertumbuhan ekonomi di Kecamatan Kapas dapat diukur dari indikator Produk Domestik Bruto (PDRB), mengalami kenaikan sebesar 6%<sup>2</sup>, kontribusi terbesar peningkatan PDRB tersebut sampai tahun 2017 adalah dari sektor pertanian, perdagangan dan perindustrian. Sektor yang menunjukkan kontribusi besar setelah pertanian adalah kontribusi kedua adalah dari sektor perdagangan.

*Home Industry* atau Industri Rumah Tangga adalah salah satu wujud dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Di Indonesia UMKM merupakan salah satu soko guru perekonomian selain koperasi. Hal ini dapat terlihat dari bukti nyata bahwa sebagian besar UMKM khususnya industri rumah tangga sedikit bahkan tidak sama sekali terkena dampak krisis global pada tahun 2008 lalu. Perkembangan jumlah industri rumah tangga dari tahun ke tahun semakin bertambah. Perkembangan industri rumah tangga baru terlihat dari sisi jumlahnya saja, secara umum dalam aspek mutu atau kualitas terutama dalam hal strategi *branding* (*labeling* dan *packaging*) dan teknis-teknis marketing hanya sedikit yang mengalami peningkatan. Hal ini tidak lepas dari ketidakmaksimalan pelaku UMKM untuk memperhatikan *branding* maupun teknis-teknis marketing produk yang dihasilkan tersebut. *Labeling* dan *packaging* yang secara langsung menjadi penampilan produk merupakan identitas produk tersebut<sup>3</sup>, sehingga pengelolaan penampilan menjadi salah satu aspek penting yang harus diperhatikan oleh pelaku industri rumah

---

<sup>2</sup> Bojonegorokab.bps.go.id.

<sup>3</sup> Christine Suharto Cenadi, Peranan desain kemasan dalam dunia pemasaran, NIRMANA Vol. 2, No. 1, Januari 2000: 92 - 103

tangga, karena lima detik pandangan pertama sangat menentukan pilihan para konsumen sehingga penampilan sangatlah penting artinya bagi konsumen di pasaran.

Melihat pentingnya pengelolaan penampilan produk dan teknis-teknis pemasaran disamping pentingnya peningkatan kualitas dari sisi konten, maka perlu adanya pembinaan bagi para pelaku usaha industri rumah tangga baik dari pemerintah, perguruan tinggi maupun swasta dalam rangka meningkatkan penghasilannya.

Demikian juga halnya bagi para pelaku usaha industri rumah tangga yang ada di Desa Semenpinggir Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro Provinsi Jawa Timur, yang memproduksi krupuk, kripik dan makanan ringan lainnya. Selama ini Desa Semenpinggir terkenal terdapat industri rumah tangga yang memproduksi keripik ketela atau singkong (dalam bahasa warga Bojonegoro disebut *menyok*) namun kualitas produknya dari sisi penampilan baik label dan kemasan masih tergolong tradisional sehingga perlu adanya pelatihan dalam rangka meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan.

Dengan melihat rata-rata kemampuan masyarakat Desa Semenpinggir dalam memproduksi makanan ringan (*snack*) berbasis *home industry* ini menunjukkan bahwa Desa Semenpinggir merupakan daerah yang memiliki potensi besar dalam memproduksi makanan ringan karena didukung oleh sarana transportasi yang lancar dan akses ke kota yang lumayan dekat, hal tersebut berarti potensi besar bagi masyarakat untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen sehingga perlu dikembangkan lebih lanjut dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan analisis situasi di lapangan dan hasil diskusi dengan mitra yang terkait, maka permasalahan utama yang akan ditangani secara bersama-sama antara tim pelaksana dengan mitra adalah sebagai berikut :

1. Belum memahami tentang arti penting label dan kemasan, sehingga menjual secara curah dan hanya memakai plastik
2. Produk lokal keripik ketela atau singkong belum mempunyai label dan kemasan yang baik

3. Harga jual murah karena hanya dijual di pasar secara curah dan tidak bisa masuk ke toko atau ritel *modern*.

## Metode

### 1. Ceramah Bervariasi

Metode ini dipilih untuk menyampaikan materi tentang teori dan konsep-konsep yang sangat prinsip dan penting untuk dimengerti serta dikuasai adapun materi yang disampaikan ada 3 yaitu:

#### a) Manajemen Usaha Kecil

Untuk mewujudkan manajemen usaha kecil yang baik pada usaha lokal keripik ketela Desa Semenpinggir maka dapat dilakukan melalui penerapan prinsip-prinsip manajemen yang professional, salah satunya adalah dengan pelabelan dan kemasan yang baik. Oleh karena itu, tim PKM akan melakukan Workshop jual produk. Tim pelatih manajemen tersebut di atas, akan berkunjung langsung ke lokasi mitra untuk memberikan sosialisasi, pelatihan dalam meningkatkan profesionalisme pengelolaan usaha kecil dan menengah.

#### b) Label dan Packaging yang Sesuai

Berdasarkan pengamatan awal tim PKM, hal yang paling mendesak untuk diterapkan pada usaha lokal keripik ketela adalah memberi merek, label dan pengemasan yang bagus untuk dalam rangka meningkatkan nilai jual produk yang sudah terkenal enak, gurih dan renyah. Untuk meningkatkan nilai jual produk, akan dilakukan *design* label dan kemasan yang lebih menarik dengan cara mensosialisasikan manfaat label, kemasan dan bagaimana memilih merek dan label yang masyarakat akan menyukainya. Tim akan membantu mengarahkan kepada mitra PKM untuk menentukan *desain* kemasan dan model kemasan untuk keripik ketela.

### c) Ketentuan dan Peraturan Label

Tidak kalah pentingnya yaitu mengenai peraturan dan ketentuan penggunaan label ini sehingga materi ini juga disampaikan. Banyak sekali Peraturan mengenai label dan pengemasan ini seperti pada Peraturan Pemerintah Nomor 69 tahun 1999 tentang label dan iklan pangan, label produk sekurang-kurangnya memuat nama produk, berat bersih atau isi bersih, serta nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia.

## 2. Workshop

Jika ditinjau dari asal katanya, workshop merupakan frasa kata yang berasal dari bahasa Inggris yaitu work (yang memiliki arti kerja ataupun pekerjaan) dan shop (yang memiliki arti toko ataupun tempat menjual sesuatu)<sup>4</sup>. Jadi jika diartikan dari frasa kata nya, workshop dapat diartikan sebagai tempat berkumpulnya para pelaku aktivitas (berkaitan dengan bidang dunia kerja) tertentu yang mana dalam tempat ini, para pelaku melakukan interaksi saling menjual gagasan yang ditujukan untuk memecahkan suatu permasalahan tertentu. Dalam kegiatan workshop ini dibagi menjadi 2 kegiatan, yang pertama adalah pembuatan design label dengan menggunakan komputer secara sederhana, dan yang kedua adalah pemilihan kemasan dan pengemasan hingga produk siap jual.

## Hasil Dan Diskusi

### 1. Pelaksanaan

Pelaksanaan PKM ini dilaksanakan selama 2 hari yaitu tanggal 15 dan 16 September 2018.

#### a) 15 September 2018

Pada hari pertama kegiatan PKM ini diisi dengan penyampaian materi tentang teori dan konsep-konsep yang sangat prinsip dan

---

<sup>4</sup> pengertiandefinisi.com

penting untuk dimengerti serta dikuasai adapun materi yang disampaikan ada 3 yaitu: Manajemen Usaha Kecil, Memilih Labeling dan Packaging yang Sesuai, dan Ketentuan dan Peraturan Label. Pemberian materi ini dilaksanakan di salah satu rumah warga dan diikuti oleh 20 peserta yang terdiri dari bapak dan ibu yang memiliki atau yang bekerja pada usaha keripik singkong di desa Semenpinggir serta para pemuda desa setempat. Adapun jadwal kegiatan pada hari pertama adalah seperti pada tabel sebagai berikut.

**Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan PKM 15 September 2018**

No	Pukul	Kegiatan	Pemateri
1	08.00 – 09.00	Sambutan-Sambutan	-
2	09.00 – 10.00	Materi 1 (Manajemen Usaha Kecil)	Drs. Sarjono, M. M.
3	10.30 – 11.30	Materi 2 (Memilih Label dan Packaging yang Sesuai)	Rika Pristian F. A, M. Pd.
4	12.00 – 13.00	Materi 3 (Ketentuan dan Peraturan Label)	Dr..Ifa Khoiria Ningrum, SE., M.M.
5	13.00 – 14.00	Tanya Jawab	Semua Pemateri
6	14.00 – 14.30	Penutup dan Doa	-

(Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2018)

Pada kegiatan hari pertama ini dapat disimpulkan dari beberapa pertanyaan peserta bahwasanya mereka sudah mengetahui jenis-jenis kemasan dan label akan tetapi mereka belum mengetahui apa sajakah isi yang seharusnya ada pada label tersebut. Dan peserta juga hanya mengemas keripik singkong mereka dengan plastik kemudian dibakar ujungnya. Hal ini mereka lakukan karena dianggap paling mudah dikerjakan dan biayanya murah.

Dengan pengemasan seperti ini dan tanpa label tentu saja tidak bisa produk mereka dijual di toko ataupun pusat oleh-oleh yang ada di Bojonegoro. Padahal produk yang mereka hasilkan sebenarnya sudah layak untuk bersaing dengan produk yang berada dipasaran karena dari sisi rasa warna rasa dan kualitasnya sudah bagus.



**Gambar 3.1** Sesi Tanya Jawab Pada Salah Satu Kegiatan  
(Sumber: Dokumentasi Pelatihan, 2018)

b) 16 September 2018

Pada hari kedua ini ada dua kegiatan yang dilakukan yang pertama adalah pembuatan label dan selanjutnya adalah pemilihan kemasan yang akan digunakan dan sesuai untuk produk kripik singkong dan dilanjutkan pengemasan hingga produk siap jual. Pembuatan label secara sederhana dengan bantuan komputer ini di sampaikan oleh Bapak Ayis Crusma Fradani M.Pd. Pembuatannya menggunakan komputer tanpa menggunakan *software editing* yang susah untuk dikerjakan tetapi hanya menggunakan *Microsoft Word*, pemilihan menggunakan *Microsoft Word* ini dikarenakan lebih mudah dan banyak pemuda di sekitar usaha tersebut mampu mengoperasikan bila dibandingkan dengan *Photoshop* atau *Photo Scape* dan lain-lain yang lebih rumit. Hasil akhirnya di cetak kedalam dua jenis kertas yang pertama kertas biasa dan selanjutnya adalah kertas sticker sehingga langsung bisa diaplikasikan ke kemasan yang nantinya akan dipilih untuk digunakan. Dalam kegiatan ini peserta dibebaskan untuk membuat *design* label sesuai kreatifitasnya tetapi sesuai dengan aturan seperti yang disampaikan pada materi pada hari sebelumnya yaitu “Ketentuan dan Peraturan Label” yang disampaikan oleh Ibu Dr.Ifa Khoiria Ningrum, SE., M.M. adapun hasil pembuatan label dari salah satu kelompok adalah seperti pada Gambar 3.2 berikut ini.



**Gambar 3.2** Salah Satu Label Karya Peserta Workshop  
(Sumber: Dokumentasi Pelatihan, 2018)

Kegiatan selanjutnya adalah pemilihan kemasan yang sesuai untuk produk keripik ketela atau singkong ini, dalam kegiatan ini di sampaikan oleh Ibu Fruri Stevani, M.Pd. Dalam kegiatan ini dijelaskan berbagai macam kemasan beserta kelebihan dan kekurangan dari masing-masing kemasan tersebut. Adapun jenis-jenis kemasan ini antara lain **Gusset**, kemasan Gusset adalah kemasan yang terbuat dari bahan metalized atau Alumunium Foil. **Kemasan Polos OPP/PP Multilayer**, Kemasan ini mempunyai ketebalan 80 micron Kemasan ini dapat di modifikasikan dengan menggunakan jinjingan. **Kemasan Stand-Up Pouch**, Kemasan ini terdiri dari alu plastik, Full Foil jenis laminasi PET dan PE ada juga yang hanya plastik. **Kemasan Plastik Nylon**, kemasan Plastik Nylon Kemasan Plastik yang dimana dalam penggunaannya memrlukan mesin pres plastik. Pemilihan kemasan ini harus dipertimbangkan dengan baik karena kemasan berfungsi bukan hanya sebagai wadah dari produk tersebut namun juga melindungi objek dari suhu, getaran, tekanan dan sebagainya tetapi juga dapat digunakan oleh untuk mendorong calon pembeli untuk membeli produk karena tampilan yang menarik, dan yang tidak kalah pentingnya adalah harga dari kemasan itu sendiri karena semakin mahal kemasanya tentu saja juga akan membuat harga jual keripik singkong ini ikut naik. Saran yang diberikan adalah penggunaan kemasan plastik



karena selain harganya murah kemasan ini juga mudah didapat di Kota Bojonegoro, selain itu pertimbangan lainnya adalah produk ini memiliki segmen menengah kebawah yang tentu saja sensitif terhadap harga. Kemasan plastik ini di kemas dengan bantuan mesin pres sehingga kualitas produk didalamnya tetap terjaga. Kemasan plastik di kombinasi dengan label yang dicetak di kertas sticker membuat tampilan produk semakin menarik dan layak jual di toko modern.



**Gambar 3.3 Penggunaan Alat Pres Dan Pemilihan Plastik Yang Sesuai**

(Sumber: Dokumentasi Pelatihan, 2018)



**Gambar 3.4 Hasil Labeling dan Packaging Para Peserta**

(Sumber: Dokumentasi Pelatihan, 2018)

Saat ini usaha lokal keripik ketela masih menggunakan teknologi sederhana, untuk semua tahapan prosesnya. Pemotongan memakai

manual dengan tangan, masih direpotkan oleh ukuran yang kadang berbeda ketebalannya, maka harus mengawasi jalannya pemotongan untuk mendapatkan ketebalan yang kontinyu. Mesin pemotong sederhana sudah ada di pasaran dengan berbagai ukuran dan harga. Dan pengeringan masih mengandalkan tenaga matahari.



**Gambar 3.5 Proses Penjemuran Keripik Ketela atau Singkong**

*(Sumber: Dokumentasi Pelatihan, 2018)*

*Brand Design* dan pembuatan kemasan produk sangat diperlukan saat ini, kondisi persaingan usaha yang semakin ketat, sehingga perusahaan dituntut untuk senantiasa melakukan perbaikan, penyempurnaan dan terobosan dalam menghasilkan produk. Pelaku bisnis, baik dengan ukuran usaha kecil, maupun ukuran usaha besar harus terus berupaya agar produk yang mereka hasilkan dan tawarkan, selalu diinginkan, diterima, dan dibeli oleh konsumen dalam jumlah besar. Upaya yang dilakukan industri sebagai strategi untuk memenangkan persaingan dalam menarik konsumen ternyata tidak hanya harus memperhatikan varian dan kualitas produknya, tetapi juga harus memperhatikan disain kemasan yang ditampilkan menyertai produk tersebut.<sup>5</sup>

Pengemasan bagi suatu produk sangat penting dilakukan terutama untuk mencegah dan melindungi produk tersebut dari kerusakan baik secara fisik, kimiawi maupun biologis, serta bertujuan

---

<sup>5</sup> Sutinah Made Kasmiaty, *Penerapan Teknologi Tepat Guna Pada Diversifikasi*, 2007

untuk mencegah terjadinya kontaminasi baik oleh mikroorganisme atau benda asing lainnya yang dapat merusak produk. Oleh karena itu pengemasan disebut juga pembungkusan, pewadahan atau pengepakan menjadi suatu persyaratan khusus atau keharusan bagi produk-produk hasil perikanan/pertanian yang cenderung mudah rusak.<sup>6</sup> Saat ini, usaha lokal keripik ketela di Desa Semenpinggir Kecamatan Kapas Bojonegoro ini belum ada *brand*, label dan kemasan, hanya memakai plastik berbagai macam ukuran yang direkatkan dengan cara dibakar.

## Simpulan

Pengemasan bagi suatu produk sangat penting dilakukan terutama untuk mencegah dan melindungi produk tersebut dari kerusakan baik secara fisik, kimiawi maupun biologis, serta bertujuan untuk mencegah terjadinya kontaminasi baik oleh mikroorganisme atau benda asing lainnya yang dapat merusak produk. Kemasan yang dirancang dengan baik dan cermat akan dapat membangun ekuitas sebuah merek dan mendorong penjualan. Kemasan merupakan bagian pertama produk yang dilihat pembeli dan mampu membuat pembeli tertarik tu tidak. Pengemasan suatu produk biasanya dilakukan untuk dapat merebut minat konsumen terhadap produk yang mereka jual. Di Bojonegoro banyak pelaku usaha rumahan yang memproduksi keripik singkong ini apabila pengesuha tersebut tidak membuat perbedaan pada produk yang dihasilkan baik itu kemasan ataupun rasa tentu saja akan sulit bersaing. Selain itu tanpa adanya kemasan yang baik dan higienis serta label yang jelas maka produk keripik singkong ini tidak bisa ke toko modern seperti supermarket ataupun toko-toko pusat oleh-oleh yang ada di Bojonegoro.

Label bukan hanya sebagai alat penyampai informasi, namun juga berfungsi sebagai iklan dan branding sebuah produk. Menurut para ahli fungsi label diantaranya adalah mengidentifikasi produk atau merek, label

---

<sup>6</sup> Raden Faridz, Analisis Faktor-Faktor Perubahan Desain Kemasan Terhadap Nilai Jual Abon Ikan (Kasus Ud Pranspul, Kecamatan Sepulu, Bangkalan). *Agrointek* Vol 4, No. 2, Agustus 2010, hal 151-157

menentukan kelas produk, label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakannya, dan bagaimana menggunakan secara aman), dan mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik. Selain fungsi suatu produk di beri label tentunya memiliki tujuan, adapun tujuan label adalah memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan, sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik, memberi petunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yang optimum, sarana periklanan bagi produsen, dan memberi rasa aman bagi konsumen.

### **Daftar Referensi**

- Angipora, Marinus, 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Christine Suharto Cenadi, Peranan desain kemasan dalam dunia pemasaran, *Nirmana* Vol. 2, No. 1, Januari 2000: 92 – 103
- Daftar Kabupaten dan Kota di Jawa Timur. Diakses Pada 30 Agustus 2018. [https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar\\_kabupaten\\_dan\\_kota\\_di\\_Jawa\\_Timur](https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_kabupaten_dan_kota_di_Jawa_Timur)
- Faridz, Raden. 2010. *Analisis Faktor-Faktor Perubahan Desain Kemasan Terhadap Nilai Jual Abon Ikan (Kasus Ud Pranspul, Kecamatan Sepulu, Bangkalan)*. *Agrointek* Vol 4, No. 2
- Kasmiaty, Sutinah Made. 2007. *Penerapan Teknologi Tepat Guna Pada Diversifikasi*
- Kecamatan Kapas Dalam Angka Tahun 2017. Diakses Pada 30 Agustus 2018. <https://bojonegorokab.bps.go.id/publication/2017/09/21/f3b6a8e592ccb6f761405c51/kecamatan-kapas-dalam-angka-2017.html>