

# Upaya Meningkatkan Penjualan Keripik Tempe Singkong Bu Boinah Melalui Labeling Kemasan di Dukuh Mening Prajegan Sukorejo

Hanuf Fatkhul Janah<sup>1</sup>, Khoirul Fathoni<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia

<sup>2</sup> Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia

## Abstract

This study aims to identify efforts to increase sales of Bu Boinah's cassava tempeh chips through the application of packaging labeling in Dukuh Mening Prajegan Sukorejo. Effective packaging labeling can play an important role in attracting consumer attention and increasing product competitiveness in stalls or shops. considering that cassava tempeh chips are the people's favorite food. This research method is the ABCD (Asset Based Community-Driven Development) approach, with the steps taken are inculturation, discovery, design, define, and reflection. The strategies used to increase sales of tempe chips business in Hamlet Mening, Prajegan Village, Sukorejo, Ponorogo Regency are: (1) Improving packaging to increase consumer attractiveness (2) Providing product labels on cassava tempe chip packaging 3) Expanding marketing networks by utilizing information and communication technology on line.. The result of this study is that efforts to increase sales through labeling labeling can increase product visibility, attract buyers, and strengthen the brand image of Bu Boynah's cassava tempeh chips. Strengthen the brand image of Bu Boinah's cassava tempeh chips. This research provides guidance for small businesses in designing and implementing effective labeling strategies to increase product attractiveness and effective labeling strategies to increase product appeal and sales.

## Keywords

Improve; Labeling; Packaging

## Corresponding Author

Hanuf Fatkhul Janah

Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia; hanuffatkhul123@gmail.com

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. Peran ini mendorong pemerintah dan pihak-pihak yang memiliki perhatian terhadap UMKM terus berupaya memberdayakan UMKM agar mampu bersaing dalam era globalisasi (Nahdia, 2017). Tuti Trisnawati (2009:98), Usaha kecil Menengah adalah sebuah bangunan usaha yang berskala kecil. Umumnya, ia dimiliki oleh perseorangan atau kelompok (Arsy, 2015). UMKM merupakan usaha yang lebih banyak jumlahnya dibandingkan usaha industri berskala besar dan memiliki keunggulan dalam menyerap tenaga kerja lebih banyak, UMKM merupakan usaha yang lebih banyak jumlahnya



dibandingkan usaha lain (Yuli, 2013). Terdapat banyak UMKM yang dikelola masyarakat di Desa Prajegan salah satunya adalah usaha keripik tempe singkong yang terletak di Dukuh Mening RT 03 RW 02 Prajegan Sukorejo. Usaha keripik tempe singkong ini merupakan usaha rumahan yang diproduksi oleh Bu Boinah dan satu anaknya.

Keripik tempe singkong adalah makanan olahan yang berbahan dasar dari tempe dan singkong. Jenis makanan ringan yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia karena rasanya yang gurih, renyah dan juga karena gizi yang dikandungnya. Proses pembuatan keripik tempe singkong adalah kacang kedelai dikuliti dan dibersihkan dari kotoran, kemudian direndam selama satu hari satu malam, dan direbus dalam waktu 2 jam. Setelah dingin selanjutnya kacang kedelai dikupas dan dihancurkan agar sedikit halus lalu dicampurkan dengan singkong dan ditaburi ragi secukupnya. Dibungkus menggunakan kertas, daun pisang dan dibentuk kotak-kotak tipis. Proses fermentasi dilakukan selama 3 sampai 4 hari. Setelah itu lembaran tempe yang sudah jadi dicelupkan pada adonan tepung tapioka, tepung terigu yang sudah dibumbui dan digoreng sampai kering. Kegiatan produksi keripik tempe singkong ini dilakukan setiap hari, karena mengingat tingginya permintaan konsumen dan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pemberian label dapat meningkatkan nilai jual dan penjualan (Rosandi & Sudarwanto 2014). Menurut Kotler (2000: 477), label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan sangat menarik dan menyatu dengan kemasan. Tujuan label yaitu memberi informasi tentang isi produk yang terdapat pada label tanpa harus membuka kemasan, sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui tentang produk, memberi rasa aman bagi konsumen (Gumar, 2019). Dengan adanya label maka keripik tempe singkong tersebut memiliki nama sehingga mudah dikenal oleh masyarakat.

Desain kemasan adalah hubungan antara bentuk, struktur, bahan, warna, gambar, tipografi dan informasi dengan elemen desain tambahan untuk membuat produk yang cocok untuk dipasarkan. Tujuan desain kemasan adalah untuk memenuhi tujuan pemasaran dengan berkomunikasi secara khas kepada konsumen mengenai personalitas atau fungsi produk dan menghasilkan suatu penjualan (Klimchuk dan Krasovec, 2012:65).

Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman kepada pemilik usaha tentang pentingnya desain label yang menarik, perbaikan kemasan sehingga mampu menarik perhatian konsumen dan mampu meningkatkan penjualan. Hasil pengabdian diketahui bahwa rencana yang akan dilaksanakan dalam meningkatkan usaha keripik tempe singkong di Dukun Mening Prajegan Sukorejo yaitu: (1) Memperbaiki kemasan untuk meningkatkan daya tarik konsumen (2) memberikan label produk pada kemasan keripik tempe singkong 3) Memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Dengan menggunakan metode (ABCD) Asset

Based Community-Driven Development dengan langkah yang yang dilakukan yaitu inkulturasi, discovery, design, define, dan reflection.

## **2. METODE**

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan ABCD (Asset Based Community Development), yang lebih mengutamakan manfaat aset serta potensi yang ada di Dukuh Mening Prajegan Sukorejo. Ekonomi yang ada di Dukuh Mening salah satunya yaitu usaha keripik tempe singkong. Usaha keripik tempe singkong Bu Boinah mempunyai potensi yang berkembang lebih pesat. Potensi-potensi tersebut diantaranya: Pertama, mempunyai banyak konsumen sehingga bisa terus melakukan produksi. Kedua, memiliki cita rasa yang khas dan berbeda sehingga disukai oleh banyak konsumen. Namun, selain mempunyai beberapa potensi atau kelebihan dalam sebuah usaha pasti mempunyai kelemahan diantaranya yaitu: Pertama, kemasan yang digunakan masih menggunakan plastik tipis. Kedua, label produk yang dimilikinya belum menarik. Ketiga, kurangnya promosi secara digital. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan metode ABCD (Asset Based Community Development) yang mempunyai beberapa tahapan yang harus dilakukan, antara lain:

- a. Inkulturasi yaitu proses perkenalan kepada pihak umkm mengenai maksud dan tujuan yang akan dilakukan sehingga dapat membangun kepercayaan mitra untuk mengembangkan usahanya. Pada tahap ini dilakukan wawancara bersama pemilik usaha yang ada di Dukuh Mening Desa Prajegan Sukorejo.
- b. Discovery merupakan tahap mengungkapkan informasi sebuah usaha serta sejarah berdirinya usaha sebagai informasi dasar dalam penyusunan program kerja, serta pembuatan rencana kegiatan yang akan dilaksanakan.
- c. Design yaitu tahap mengetahui aset dan identifikasi peluang yang ada serta menyusun program kerja berdasarkan informasi pada tahap discovery. Penyusunan program kerja dilakukan setelah melakukan wawancara bersama pemilik dan mengetahui permasalahan yang ada di tempat usaha.
- d. Define merupakan tahap pelaksanaan program kerja yang telah disusun sebelumnya dan berkerjasama dengan mitra usaha. Pelaksanaan program kerja meliputi: pelatihan pembuatan label, perbaikan kemasan.
- e. Reflection merupakan kegiatan evaluasi setelah kegiatan dalam program kerja terlaksana dalam mencapai tujuan kegiatan.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Langkah awal melakukan observasi pada hari Kamis 11 juli 2024 dengan melihat kondisi riil tempat produksi keripik tempe singkong dan menggali informasi selengkap mungkin. Kegiatan ini

untuk menunjang peningkatan penjualan berupa labeling dan kemasan dengan menggunakan metode ABCD (Asset Based Community Development) dan terdapat lima langkah tahapan yang harus dilaksanakan yaitu:

a. Inkulturasi

Pada tahap inkulturasi atau pengenalan ini memiliki tujuan agar pihak yang bersangkutan mengetahui maksud dan tujuan dilaksanakannya kegiatan pengabdian ini dan membangun kepercayaan kepada pihak tersebut. Langkah awal yang dilakukan adalah melakukan wawancara bersama Kepala Desa Prajegan untuk menggali informasi selengkap mungkin dan mengetahui potensi, fasilitas serta aset Desa. Setelah menemukan beberapa potensi di Desa Prajegan maka peneliti memilih usaha keripik tempe singkong milik Bu Boinah yang mempunyai potensi untuk dikembangkan. Usaha keripik tempe singkong milik Bu Boinah beralamat di Dukuh Mening. Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah wawancara bersama Bu Boinah selaku pemilik usaha keripik tempe singkong serta meminta izin untuk melakukan kegiatan pengabdian di tempat beliau.

Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah wawancara bersama Bu Boinah selaku pemilik usaha keripik tempe singkong serta meminta izin untuk melakukan kegiatan pengabdian di tempat beliau. Kegiatan wawancara dilakukan di rumah beliau saat melakukan proses produksi pembuatan keripik tempe singkong sehingga penulis ikut mendampingi pembuatan tempe sebagai bahan utama keripik tempe singkong. Wawancara dilakukan untuk menggali informasi mengenai kekurangan pada usaha keripik tempe ini sehingga nantinya mengetahui dan dapat mengatasi kekurangan yang ada dalam usaha.



Gambar 1: Tempe masih dalam adonan



Gambar 2: Tempe yang sudah dibungkus kotak tipis

b. Discovery

Dalam kegiatan pengabdian ini penulis memilih tempat usaha keripik tempe singkong milik Bu Boinah Dukuh Mening karena mempunyai potensi yang harus dikembangkan. Usaha ini telah berdiri

kurang lebih 35 tahun lalu pada tahun 1989 dan berkembang pesat sampai sekarang. Harga jual keripik tempe singkong Rp 8.500 per bungkus isi 8, dan jika harga keripik tempe singkong dinaikkan perbungkus peminatnya menjadi rendah. Usaha keripik tempe singkong ini turun temurun dan sudah lama sejak dari ibunya sampai sekarang. Analisis SWOT pada usaha keripik tempe singkong Bu Boinah yaitu sebagai berikut:

- 1) Strength (Kekuatan)
  - a) Produk keripik tempe berkualitas.
  - b) Produk memiliki cita rasa yang khas.
  - c) Harga yang ditawarkan murah dan dapat dijangkau semua kalangan.
- 2) Weakness (Kelemahan)
  - a) Proses produksi terkendala jika suhu ruangan tidak stabil (tergantung cuaca).
  - b) Manajemen keuangan menggunakan penulisan manual.
- 3) Opportunity (Peluang)
  - a) Bahan baku selalu tersedia
- 4) Threat (Ancaman)
  - a) Harga bahan utama mengalami kenaikan harga.

c. Design

Kegiatan design adalah mengetahui aset dan mengidentifikasi peluang yang ada pada suatu komunitas, dalam hal ini adalah usaha keripik tempe singkong milik Bu Boinah. Design dilaksanakan dengan menyusun program kerja berdasarkan identifikasi pada tahapan discovery.

d. Define

Define merupakan tahap pelaksanaan program kerja yang telah disusun sebelumnya dan berkerjasama dengan mitra usaha.

Pelaksanaan penelitian di laksanakan berdasarkan program kerja yang telah disusun yaitu:

- 1) Pembuatan desain label baru produk keripik tempe singkong

Pemberian identitas berupa label kemasan produk akan menambah biaya pengeluaran pemilik usaha, akan tetapi terdapat sisi positif yang menjadi faktor utama dan menguntungkan pemilik usaha karena usaha akan mudah dikenali oleh konsumen dan konsumen tidak akan salah memilih produk keripik tempe singkong, mengingat sekarang ini banyak sekali produk keripik tempe yang dijual dipasaran. Pembuatan label dimulai pada hari Kamis, 25 Juli jam 16.46 sampai selesai. Pembuatan dilakukan menggunakan media canva, Microsoft Word dan media lainnya.



Gambar3: Label Baru Keripik Tempe Singkong

Hasil yang diperoleh dari pembuatan desain label produk yaitu desain label produk dengan nama usaha Keripik Tempe Singkong “Bu Boinah” dengan makna nama tersebut yang memproduksi tempe keripik singkong serta memuat komposisi produk, alamat produk diproduksi, nomor telepon pemilik produk, dan memiliki slogan reyah & gurih. Fungsi label Menurut Kotler (2000: 478), adalah label dapat menjelaskan mengenai produk atau merek, label dapat menentukan kelas produk, label menjelaskan beberapa hal penting mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakannya, dan bagaimana menggunakan secara aman), dan label sebagai media promosi produk melalui gambar serta tulisan yang menarik (Gumar, 2019).

## 2) Memperbaiki kemasan produk keripik tempe singkong

Desain kemasan produk terdapat informasi mengenai produk dalam kemasan dan mencantumkan informasi yang perlu diketahui oleh pembeli produk tersebut sehingga pembeli tidak merasa asing dengan produk yang akan dibeli, kemasan yang menarik juga dapat menarik minat pembeli karena kemasan merupakan media komunikasi antara produsen dan pembeli (Dien Sefty dkk, 2020). Kemasan produk berfungsi untuk melindungi isi produk dari segala bentuk kerusakan yang ada dalam kemasan, baik kerusakan saat pengiriman, penyimpanan, sehingga terjaga kebersihan serta kualitasnya.



Gambar 4: Produk Keripik Tempe Singkong Siap Dikemas

Keripik tempe singkong hasil produksi setelah penggorengan dan belum dilakukan pengemasan. Pengemasan dilakukan dengan menggunakan plastik tebal, dengan penutupan menggunakan sealer.

Setelah dilakukan penggantian kemasan maka tercipta kemasan keripik tempe singkong dengan plastik yang lebih tebal sehingga produk lebih awet dan tetap renyah dan gurih, selain itu label yang dibuat sudah dipakai di luar pengemasan keripik tempe singkong sehingga terlihat lebih menarik.



Gambar 5: Label Dan Kemasan Dengan Versi Baru

- 3) Pendampingan pemasaran produk melalui teknologi informasi dan komunikasi online Internet merupakan salah satu strategi pengembangan usaha dan merupakan jalan pembuka untuk menghadapi era millennial yang melakukan sebagian besar aktivitas dengan menggunakan internet. Internet ini diharapkan bisa meningkatkan penjualan keripik tempe singkong Bu Boinah di Dusun Mening Prajegan dan mempermudah pelanggan untuk melakukan pemesanan keripik tempe singkong (Angga Debby, 2020). Pemesanan maupun pembelian keripik tempe dapat dilakukan melalui WhatsApp sehingga lebih memudahkan konsumen dalam proses pembelian keripik tempe singkong. Proses pemasaran melalui media WhatsApp dilakukan setiap hari dan banyak konsumen yang tertarik membeli keripik tempe singkong sehingga dapat meningkatkan penjualan keripik tempe singkong milik Bu Boinah. Diharapkan untuk kedepannya usaha keripik tempe singkong ini mampu memasarkan produknya melalui pasar- pasar modern seperti supermarket.

e. Reflection

Pelaksanaan kegiatan secara menyeluruh dievaluasi agar mengetahui keberhasilan jalannya kegiatan pelatihan yang dinilai dari kepuasan pelayanan yang diberikan dalam kegiatan pelatihan. Kepuasan pelayanan yang ditinjau dari segi narasumber atau pemateri, fasilitas kegiatan serta sarana dan prasarana. Kepuasan peserta setelah mengikuti kegiatan pelatihan dilakukan dengan wawancara atau diskusi secara langsung dengan pemilik usaha diakhir kegiatan pelatihan dan memberikan tanggapan mengenai pelayanan kegiatan dilihat dari berbagai aspek serta pelaksanaan kegiatan secara keseluruhan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa secara umum pemilik usaha merasa sangat puas terhadap apa yang

diberikan secara langsung terhadap kegiatan yang dilakukan memberikan manfaat yang besar antara lain meningkatkan pengetahuan tentang desain label dan kemasan baru untuk produksi kedepannya.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan didalam pembahasan dapat diperoleh beberapa kesimpulan bahwa kegiatan pengabdian ini meningkatkan pengetahuan atau pemahaman kepada pemilik usaha keripik tempe singkong milik Bu Boinah di Dukuh Mening Prajegan Sukorejo mengenai suatu label dan kemasan dalam produk guna untuk meningkatkan volume produk. Peningkatan pengetahuan pemilik usaha dilakukan dengan menyampaikan pengertian tentang label, fungsi label, pengemasan yang baik. Untuk lebih meningkatkan pemahaman dilakukan pembuatan label bersama pemilik usaha dan memberikan kemasan baru yang lebih tebal, dengan hasil berupa desain label yang menarik sehingga kemasan terlihat lebih bagus.

#### REFERENSI

- Framita, Dien Sefty, and Dian Maulita. "Peningkatan Penjualan Melalui Pengemasan, Labelling Dan Branding Produk Di Desa Sukaratu Kecamatan Cikeusal Kabupaten Serang." *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 2(3) (2020): 107–118.
- Frayudha, Angga Debby, and Aditya Dony Hermawan. "Pendampingan Perajin Tempe Desa Sulang Kabupaten Rembang Untuk Meningkatkan Penjualan Menggunakan Labeling Dan Internet Marketing." *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* ISSN: 2620-8113 (Print), ISSN: 2621-0762 (Online) 3, no. 1 (2020): 13–26.
- Herydiansyah, Gumar. "Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Dan Pajak Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm) Desa Tebedak Ii Kecamatan Payaraman Ogan Ilir." *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat* 53, no. 9 (2019):1689–1699.
- Nuraris, Mohamad Avi. "Pengembangan Produk Di Industri Kecil Tempe Ibu Siti Hasanah Di Desa Kebunagung Sumenep" (2019).
- Putri, Dian Rahmani. "Perancangan Label Kemasan Aneka Kue Dan Banner Sebagai Media Promosi" 1, no. 2 (2019): 14–20.
- Suci, Yuli Rahmini. "Perkembangan UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH)" (2013).
- Tunky, Heinrich, and Cliff Kohardinata. "Perancangan Desain Kemasan Pada Merk Keripik Pisang Bananation Di Surabaya." *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*1, no. 1 (2016): 567–583.
- UIN Sunan Ampel, Surabaya. *Panduan KKN ABCD UIN Sunan Ampel Surabaya*. 2015, n.d.

Widarti, Asry, and Fakultas Ilmu Ekonomi. "PENGEMBANGAN UKM KERIPIK TEMPE DI PEKONWAY JAHA Jaha Kecamatan Pugung." *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis Pengabdian Masyarakat Darmajaya* 01, no. 2 (2015).

Putong, I. (2003). Teknik Pemanfaatan Analisis Swot Tanpa Skala Industri (A-Swot-Tsi. *Jurnal Ekonomi & Bisnis, Fakultas Ekonomi Universitas Bina Nusantara*, 2, 8.

