

Home Training Penggunaan Labeling dalam Meningkatkan Pemasaran dan Produksi UMKM Rengginang Rengging di Desa Bencoy

Dede Uswatun Hasanah*, A Lutfi Taopik, Cecep Hilman

Institut Madani Nusantara

Email: hasanahuswa@gmail.com

ABSTRACT

The MSMEs in Bencoy Village, particularly those producing rengginang and rengging, face challenges in competing in an increasingly competitive market. One effective solution is product labeling to enhance consumer appeal and trust. However, the skills of MSME actors in this area remain limited. This study employs the Participatory Action Research (PAR) method, involving active participation of MSME actors in the product labeling training process. The training covers label design, required information, and related marketing strategies. The results of this home training program show an improvement in the skills of MSME actors in creating attractive and informative product labels. Additionally, there was a significant increase in the production and sales of rengginang and rengging products following the implementation of labeling. The conclusion of this study is that effective product labeling can enhance the marketing and production of MSMEs. The PAR method has proven successful in empowering MSME actors to better adapt to market demands and improve the competitiveness of their products.

Keywords: *Participatory Action Research (PAR), MSMEs, Product Labeling, Bencoy Village, Home Training, Rengginang, Rengging.*

ABSTRAK

UMKM di Desa Bencoy, khususnya yang memproduksi rengginang dan rengging, menghadapi tantangan dalam bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Salah satu solusi yang dianggap efektif adalah penerapan pelabelan produk untuk meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen. Namun, keterampilan pelaku UMKM dalam aspek ini masih terbatas. Penelitian ini menggunakan metode Participatory Action Research (PAR) yang melibatkan partisipasi aktif pelaku UMKM dalam proses pelatihan pelabelan produk. Pelatihan yang dilakukan mencakup desain label, informasi yang perlu disertakan, dan strategi pemasaran terkait. Hasil dari program home training ini menunjukkan peningkatan keterampilan pelaku UMKM dalam membuat label produk yang menarik dan informatif. Selain itu, terjadi peningkatan yang signifikan dalam produksi dan penjualan produk rengginang dan rengging setelah penerapan label. Simpulan dari penelitian ini adalah bahwa penggunaan label produk secara efektif dapat meningkatkan pemasaran dan produksi UMKM. Metode PAR terbukti berhasil dalam memberdayakan pelaku UMKM untuk lebih beradaptasi dengan kebutuhan pasar dan meningkatkan daya saing produk mereka.

Kata kunci: *Participatory Action Research (PAR), UMKM, Pelabelan Produk, Desa Bencoy, Home Training, Rengginang, Rengging.*

PENDAHULUAN

Desa Bencoy dikenal sebagai salah satu desa penghasil produk makanan tradisional, khususnya rengginang dan rengging. Kedua produk ini telah menjadi bagian dari warisan kuliner lokal yang tidak hanya diminati oleh masyarakat setempat tetapi juga oleh konsumen dari luar daerah. Namun, meskipun memiliki potensi besar, UMKM yang memproduksi rengginang dan rengging di Desa Bencoy masih menghadapi tantangan dalam hal pemasaran dan peningkatan produksi.

Salah satu kendala utama dalam pemasaran produk rengginang dan rengging adalah kurangnya pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya labeling yang efektif. Labeling yang baik tidak hanya mencakup informasi produk tetapi juga mencerminkan kualitas dan identitas produk itu sendiri. Produk

yang tidak memiliki label yang jelas dan menarik sering kali kalah bersaing di pasar yang lebih luas, bahkan ketika produk tersebut memiliki kualitas yang baik.

Labeling produk memainkan peran penting dalam strategi pemasaran, terutama untuk produk-produk yang bersaing di pasar tradisional dan modern. Labeling yang efektif dapat membantu produk rengginang dan renggining dari Desa Bencoy untuk lebih dikenal oleh konsumen, membangun citra merek, dan meningkatkan daya saing produk. Menurut Kotler dan Keller (2016), label yang menarik dan informatif dapat meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap produk.

Untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM di Desa Bencoy mengenai teknik labeling, diperlukan pendekatan pelatihan yang tepat. Home training dianggap sebagai solusi yang praktis dan efisien, karena pelatihan ini dapat disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan lokal. Home training memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk belajar secara langsung dan aplikatif mengenai cara membuat label yang baik dan sesuai dengan standar pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas home training dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM rengginang dan renggining di Desa Bencoy dalam menerapkan teknik labeling yang tepat. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengukur sejauh mana penerapan labeling yang baik dapat meningkatkan pemasaran dan produksi kedua produk ini.

Penelitian ini sangat relevan dengan kebutuhan pengembangan UMKM di daerah pedesaan, khususnya dalam meningkatkan nilai tambah produk tradisional melalui labeling. Labeling yang baik dapat memberikan dampak signifikan pada peningkatan permintaan dan daya saing produk di pasar yang lebih luas, sebagaimana dibuktikan oleh penelitian sebelumnya (Suryani, 2020; Wijayanti, 2019).

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan UMKM di Desa Bencoy, khususnya dalam hal peningkatan pemasaran dan produksi rengginang dan renggining. Dengan adanya home training yang fokus pada teknik labeling, UMKM di desa ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas produk dan menarik lebih banyak konsumen.

METODE

Pengabdian ini menggunakan metode Participatory Action Research (PAR) untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Desa Bencoy, khususnya yang memproduksi rengginang dan renggining, dalam bersaing di pasar yang semakin kompetitif. PAR dipilih karena pendekatannya yang melibatkan partisipasi aktif pelaku UMKM, memungkinkan mereka terlibat langsung dalam perbaikan proses dan penerapan solusi.

Langkah-langkah penelitian meliputi:

- a. Identifikasi Masalah: Mengidentifikasi tantangan yang dihadapi UMKM dalam pelabelan produk dan strategi pemasaran. Hal ini dilakukan melalui wawancara dan observasi dengan pelaku UMKM untuk memahami kebutuhan dan kesulitan yang ada.
- b. Perencanaan Pelatihan: Menyusun program pelatihan yang mencakup aspek desain label, informasi yang harus disertakan pada label, dan strategi pemasaran. Program ini dirancang bersama pelaku UMKM untuk memastikan relevansi dan efektivitas.
- c. Pelaksanaan Pelatihan: Mengimplementasikan pelatihan secara langsung dengan melibatkan pelaku UMKM. Pelatihan dilakukan dalam beberapa sesi yang meliputi teori dan praktik, serta pendampingan dalam pembuatan label yang menarik dan informatif.
- d. Evaluasi dan Refleksi: Mengumpulkan umpan balik dari peserta pelatihan mengenai manfaat dan efektivitas program. Melakukan analisis terhadap perubahan dalam keterampilan pelaku UMKM dan dampaknya terhadap produksi serta penjualan produk.
- e. Tindak Lanjut: Memberikan dukungan berkelanjutan jika diperlukan, termasuk konsultasi tambahan dan penyesuaian program pelatihan berdasarkan hasil evaluasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Alur pembuatan labelling pada produk rengginang dan renggining di Desa Bencoy Kecamatan Cireunghas Kabupaten Sukabumi Provinsi Jawa Barat. Langkah langkah yang dilakukan dalam pembuatan labeling, dengan melakukan perencanaan dan persiapan yaitu :

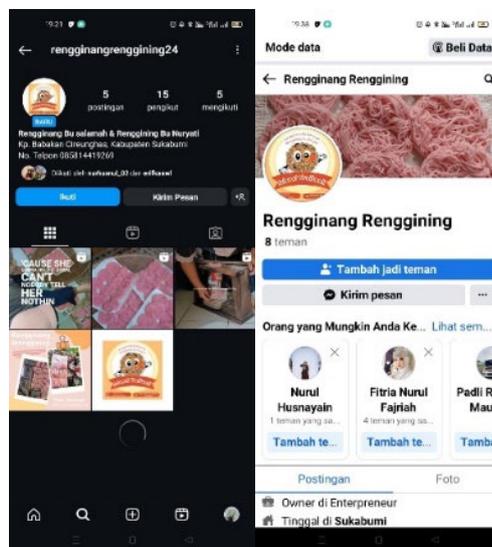
- a. Memberikan pembelajaran dan pendampingan dalam meningkatkan manajemen pada UMKM Rengginang Bu Salamah dan Renggining Bu Nuryati. Dengan adanya pendampingan dalam pengelolaan usaha dapat meningkatkan ilmu pengetahuan dalam berwirausaha dengan melakukan penjelasan tentang strategi penjualan salah satunya dengan melakukan penjualan melalui sosial media, cara memproduksi produk yang berkualitas.

- b. 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

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 Renggingang Rengging yang berada di Desa Bencoy Kecamatan Cireunghas Kabupaten Sukabumi ini dapat berkembang.



Gambar 2. Pembuatan akun media sosial

- c. 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 dengan warna dasar krem dan merah pastel yang berisi informasi, termaksud 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 Renggingang Rengging Desa Bencoy Kecamatan Cireunghas Kabupaten Sukabumi.



Gambar 3. Pembuatan Labelling Produk Rengginang Rengging



Gambar 4. Pemasangan Labeling Produk

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

- Memberikan pembelajaran dan pendampingan dalam meningkatkan manajemen pada UMKM Rengginang Rengging.
- Membantu melakukan pengemasan produk yang berkualitas agar lebih menarik.
- Membantu memasarkan produk
- Membantu membuat labelling produk.
- Membantu membuat akun Instagram, Facebook, dan Alamat email

SIMPULAN

Program home training yang difokuskan pada penggunaan labeling telah terbukti efektif dalam meningkatkan pemasaran dan produksi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Bencoy. Melalui pelatihan ini, pelaku UMKM berhasil meningkatkan kualitas label produk mereka, yang berdampak positif terhadap penjualan dan produksi. Selain itu, pelatihan ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya branding dan strategi pemasaran yang efektif untuk keberlanjutan usaha. Dengan demikian, intervensi ini tidak hanya memperkuat posisi UMKM di pasar yang kompetitif, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa secara keseluruhan. Penelitian ini menegaskan bahwa penggunaan labeling yang tepat merupakan strategi penting dalam meningkatkan daya saing produk lokal.

DAFTAR RUJUKAN

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 Turi Kota 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)*, 4355. <https://journal.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>
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management*. Pearson Education.
- 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.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- 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.
- Setyawan, F., & Sari, P. N. (2016). Labelling Kemasan Sebagai Upaya Pengembangan Pemasaran Agroindustri Em-ping Jagung. *Jurnal Keterlibatan Masyarakat Indonesia, 1(2)*, 231–238. Labelling Kemasan Sebagai Upaya Pengembangan Pemasaran Agroindustri Emping Jagung Di Desa Tirtomulyo, Kretek, Bantul
- Suryani, T. (2020). *Strategi Branding untuk UMKM*. *Jurnal Manajemen Pemasaran, 8(1)*, 35-42.
- Wijayanti, D. (2019). *Pengaruh Labeling terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Jurnal Riset Pemasaran, 5(2)*, 48-59.