

## PEMBUATAN SPANDUK DAN LABELING PRODUK SEBAGAI PEMENUHAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK KERUPUK DAN KERIPIK PISANG DI DESA BALANGPESOANG

Wawan<sup>1</sup>, Zaenal Abidin<sup>2</sup>, Heri Irawan<sup>3</sup>, Jumardi<sup>4</sup>, Satria<sup>5</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi Dan Hukum Islam, Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai  
Email: [basirpatajaiwawan@gmail.com](mailto:basirpatajaiwawan@gmail.com) dan [zaenalabidinrahmamulia@gmail.com](mailto:zaenalabidinrahmamulia@gmail.com)

### *Abstrak*

*Based on the observation that the writer had on one of the culinary cinders in the village of balangpesoang were banana chips and crackers in which the crackers consisted of potato, the spiral bean soils and garlic crackers were given the name arina produced by one person in 2022. As for the first two problems of the product, the rupiah's exchange rate of Rp9,300 per dollar was still small, he said The consumer interest based on obserygon is that the writer does an advanced financial care program, which was done by the writer at the root of the banana chips and crackers that had not yet had a dollar and a labeling that held sehingga maupu adds to the buyer's appeal. So that the beximuous in the making and the banners against the covered covered covered covered from the Lebel that would make daxa draw a konen and USA uptents that would make non-local consumers notice the small jabeling and the banners on the banana chips and the umkm on the forge.*

**Keywords:** *spanduk, labeling, pemasaran, daya, Tarik, .*

### 1. PENDAHULUAN

Pengaruh pertumbuhan ekonomi disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya keterlibatannya UMKM. UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang berwawasan kemandirian dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat menurut UUD 1945 pasal 33 ayat 4. UMKM memiliki peran yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara. Berdasarkan data kementerian koperasi dan umkm, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,19 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,97% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap

97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Tingginya jumlah UMKM di Indonesia tidak terlepas dari berbagai tantangan serta kondisi pandemi Covid-19 yang mendorong perubahan pada pola konsumsi barang dan jasa menjadi momentum untuk mengakselerasi transformasi digital. Dan memiliki perang Penting Terhadap Perekonomian Indonesia. Sebagai salah satu pilar perekonomian Indonesia, UMKM memiliki kontribusi besar terhadap PDB yaitu 61,97% dari total PDB nasional atau setara dengan Rp. 8.500 triliun pada tahun 2020, UMKM menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar yaitu 97% dari daya serap terhadap usaha pada tahun 2020. Jumlah UMKM yang banyak berbanding lurus dengan banyaknya lapangan pekerjaan di Indonesia sehingga UMKM memiliki andil besar dalam penyerapan tenaga kerja. Dan UMKM menyerap kredit terbesar pada tahun 2018 sebesar kurang lebih Rp. 1 triliun. (Kementerian investasi/BKPM)

Bulukumba merupakan salah satu daerah yang mengalami peningkatan terhadap UMKM yang ada di Sulawesi selatan. Pada tanggal 21 April 2021 terdapat 7.075 pelaku UMKM. (Listing Berita). Teknologi informasi pada saat ini juga telah mengalami kemajuan secara pesat. Saat ini dengan adanya perkembangan teknologi internet yang menjadi unggulan masyarakat yang bisa dimanfaatkan untuk memasarkan suatu produk dengan mudah.

Kehadiran teknologi informasi komunikasi merupakan tawaran bagi pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya. Hadir nya 4.0 merupakan salah satu tanda majunya perkonomian yang ada khususnya disektor industri dan Kuliner (Fahrunnisa 2020). Munculnya UMKM tersebut hal yang Paling penting diperhatikan untuk memajukan Dan mempertahankan UMKM tersebut adalah strategi pemasaran .

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan di jalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran. Strategi pemasaran juga dipandang sebagai rencana untuk memaksimalkan peluang meraih bisnis yang ditargetkan melalui pengelolaan faktor-faktor yang dapat dikendalikan perusahaan, seperti desain produk, periklanan dan pengetahuan pasar. (Fandy

Tjiptono 2010)

Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis terhadap Salah satu UMKM Dibidang kuliner yang ada di Desa Balangpesoang adalah keripik pisang dan kerupuk dimana kerupuk tersebut terdiri dari poto-poto, kacang sebiji, spiral dan kerupuk bawang. UMKM Kerupuk diberikan nama Arina yang di produksi oleh satu orang, berdiri pada tahun 2022. Adapun 2 kendala produsen yang pertama adalah kurang masyarakat mengetahui tempatnya dan yang kedua adalah ketertarikan masyarakat pun berkurang. Pada UMKM keripik pisang diproduksi oleh sekelompok masyarakat pada tahun 2014 dengan sebetun kelompok Kube Melati lambat laun kelompok ini bubar hingga sekarang hanya satu orang yang memproduksi keripik pisang tersebut meskipun nama dari kelompok tersebut tetap digunakan sampai sekarang Pada UMKM keripik pisang pun memiliki kendala yaitu kurangnya ketertarikan pembeli. (sukmawati 2022)

Berdasarkan uraian observasi maka penulis tertarik melaksanakan pembuatan Label makanan dan spanduk produksi baik pada UMKM Arina maupun Kube Melati dan mengangkat judul *“Pembuatan Spanduk Dan Labeling Produk Sebagai Pemenuhan Startegi Pemasaran Produk Kerupuk Dan Keripik Pisang Di Desa Balangpesoang”*

## **2. METODE PENERAPAN PEMASARAN**

### **a. Observasi**

Pada kegiatan ini melibatkan UMKM yang ada di Desa Balangpesoang yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam pelaksanaan observasi penulis telah melakukan beberapa aspek diantara nya:

- 1). Partisipan
- 2). Tujuan
- 3). Kegiatan
- 4). Tempat
- 5). Waktu
- 6). Benda atau peralatan. (kapanlagi.com 2021)

**b. Desain, Percetakan, Dan Spanduk Produk serta controlling.**

Berdasarkan program kerja yang telah ditentukan oleh penulis. Maka penulis melaksanakan desain label dan spanduk selama, tahap selanjutnya penulis melaksanakan percetakan label dan spanduk produk tersebut setelah dicetak penulis memberikan label dan spanduk tersebut kepada UMKM Keripik Pisang dan UMKM Kerupuk secara langsung. Controlling adalah bagian dari sistematisa program kegiatan yang dilaksanakan oleh penulis. Dimana penulis mengontrol dan mengetahui perkembangan kegiatan yang telah dilaksanakan.



Gambar 1.1 Observasi

Gambar 1.2 Penyerahan

Gambar 1.3 label

Gambar 1.4 Spanduk

Gambar 1.5 label

Adapun tujuan pembuatan spanduk dan label pada makanan adalah:

1. Tujuan pembuatan spanduk:
  - a. Media informasi.
  - b. Media promosi
  - c. Meningkatkan Daya Tarik
  - d. Sebagai Dekorasi dan petunjuk Arah.(Kumalasari Retna)

Pada Umum nya tujuan dari pemasangan spanduk ini adalah untuk mempromosikan, mengiklankan, memberikan informasi sebuah produk maupun jasa kepada masyarakat luas, sehingga banyak yang mengetahui isi spanduk dan tertarik untuk membeli produk atau jasa yang dipasarkan. Selain itu, diharapkan masyarakat yang telah mengetahui informasi yang ada pada spanduk tersebut akan menyebarkan informasinya kepada masyarakat lain.(Kumalasari Retna)

## 2. Tujuan pelebelan

- a. Tanpa membuka kemasan pembeli dapat mengetahui informasi produk tersebut.
- b. Media komunikasi produsen dan konsumen tentang produk yang tidak diketahui dalam bentuk fisiknya.
- c. Petunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yang optimum. Dan sarana periklanan bagi produsen.
- d. Memberi “rasa aman” bagi konsumen.( Muhammad liwa irrubal 2015)

Adapun manfaat dari spanduk dan pelebelan.

## 1. Manfaat Pembuatan Spanduk

Popularitas spanduk tidak hilang begitu saja meskipun banyaknya bentuk promosi baru yang bermunculan baik offline maupun online. Berikut beberapa manfaat yang bisa didapatkan dari pemasangan spanduk sebagai bentuk pemasaran brand kamu:

- a. Menciptakan Brand Awareness
- b. Meningkatkan Kredibilitas.(Kumalasari Retna)

## 2. Manfaat pembuatan label

- a. Manfaat dan Fungsi Label Sebagai Identitas
- b. Label untuk Menggambarkan Segala Hal Mengenai Produk
- c. Label untuk Menentukan Kelas Produk
- d. Label sebagai Sarana untuk Berkomunikasi dengan Pelanggan.( Galtys Label Perinting)

## 3. **HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN**

Berdasarkan program kerja yang diadakan oleh penulis mampu membawa perubahan, Dimana sebelum ada pelaksanaan program yang dilaksanakan oleh penulis terhadap UMKM Keripik pisang dan UMKM Kerupuk belum ada spanduk dan labeling yang menarik. Sehingga penulis berinisiatif dalam pembuatan labeling dan spanduk terhadap UMKM tersebut, selain dari label yang dapat membuat daya tarik konsumen dan juga spanduk yang bisa membuat konsumen non lokal mengetahui tempat produksi UMKM tersebut. Melalui labeling dan spanduk kini UMKM Keripik pisang dan UMKM Kerupuk memiliki perkembangan dari segi strategi pemasarannya.

## 4. **KESIMPULAN**

Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis terhadap Salah satu UMKM dibidang kuliner yang ada di Desa Balangpesoang adalah keripik pisang dan kerupuk dimana kerupuk tersebut terdiri dari poto-poto, kacang sebiji, spiral dan kerupuk bawang. UMKM Kerupuk diberikan nama Arina yang di produksi oleh satu orang, berdiri pada tahun 2022. Adapun dua kendala produsen yang pertama adalah kurangnya masyarakat luar mengetahui tempatnya dan yang kedua adalah ketertarikan masyarakat pun berkurang. Pada UMKM keripik pisang diproduksi oleh sekelompok masyarakat pada tahun 2014 dengan sebetun kelompok Kube Melati lambat laun kelompok ini bubar hingga sekarang hanya satu orang yang memproduksi keripik pisang tersebut meskipun nama dari kelompok tersebut tetap digunakan sampai sekarang Pada UMKM keripik pisang pun memiliki kendala yaitu kurangnya ketertarikan pembeli.(Sukmawati)

Berdasarkan uraian observasi maka penulis tertarik melaksanakan pembuatan Label makanan dan spanduk produksi baik pada UMKM Arina maupun Kube Melati

dan mengangkat judul *“Pembuatan Spanduk Dan Labeling Produk Sebagai Pemenuhan Startegi Pemasaran Produk Kerupuk Dan Keripik Pisang Di Desa Balangpesoang”*. Adapun tujuan pembuatan spanduk dan label adalah sebagai penambah daya tarik untuk para konsumen. Dengan pemasangan spanduk yang dapat menarik perhatian, diharapkan para konsumen akan memiliki ketertarikan untuk datang mengunjungi tempat tersebut dan pembuatan spanduk yang menarik dan memiliki kreativitas yang baik akan sangat membantu meningkatkan kredibilitas dari bisnis atau produk dan jasa yang kamu tawarkan. Adapun tujuan dari pembuatan dari pembuatan label mampu memberi identitas dari produk dan memberi gambaran Segala Hal Mengenai Produk.

UMKM tersebut, selain dari lebel yang dapat membuat daya tarik komsumen dan juga spanduk yang bisa membuat konsumen non lokal mengetahui tempat produksi UMKM tersebut. Melalui labeling dan spanduk kini UMKM Keripik pisang dan UMKM Kerupuk memiliki berkembang dari segi strategi pemasarannya.

### **Saran**

Terdapat beberapa saran yang dapat dikemukakan sesuai dengan temuan saat pengabdian sebagai berikut:

- a. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Profesi (KKN-P) sangat dibutuhkan oleh masyarakat sebagai proses transfer ilmu bagi masyarakat dan pengembangan perekonomian bagi UMKM sehingga tetap perlu di lakukan dan mengembangkan Kembali UMKM yang telah penulis laksanakan.
- b. Aparatur desa, Badan Permusyarawatan Desa (BPD), dan pemuda yang telah aktif diharapkan Dapat memaksimalkan peran dan fungsinya Kembali dalam melakukan program pembangunan desa, serta memotifasi anggota kelompok untuk memanfaatkan organisasi ini sebagai wadah untuk mendiskusikan permasalahan yang ada sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- c. Aparatur desa Badan Permusyarawatan Desa (BPD), dan rela muda diharapkan Dapat memaksimalkan pengelolaan UMKM sebagai sarana meningkatkan ekonomi masyarakat serta di evaluasi dengan sebaik baiknya sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan masyarakat.

- d. Sebaiknya pelaku UMKM agar bisa mempromosikan miliknya di setiap toko yang ada di desa balangpesoang bahkan diluar desa balangpesoang.
- e. BUMDES yang ada di desa Balangpesoang adalah penjual makanan campuran sehingga sebaiknya membantu UMKM dalam penjualan apa yang menjadi produksinya.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Sudirman P, et.al., Pedoman Kuliah Kerja Nyata Profesi (KKNP) IAIM Sinjai tahun 2022, Sinjai: CV.Lantinulu 2022.
- Sofyan, et.al. (2017). Desa itu Bernama Balangpesoang Kecamatan Bulukumpa Kabupaten Bulukumpa Diakses Dari <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/8822/1/Desa%20itu%20bernama%20Balangpesoang.pdf>
- Kapanlagi.com. (2021). observasi adalah pengumpulan data melalui pengamatan, ketahui aspek-aspeknya. diakses dari <https://m.kapanlagi.com/plus/observasi-adalah-pengumpulan-data-melalui-pengamatan-ketahui-aspek-aspeknya-5e9324.html>
- Kementerian investasi/BKPM, *Upaya Pemerintah Untuk Memajukan UMKM Indonesia*, diakses dari <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesias>
- Listing Berita, *7.075 UMKM Di Bulukumba Dapat Bantuan Rp.1,2 juta*. Diakses dari <https://listingberita.com/7-075-umkm-di-bulukumba-dapat-bantuan-rp-12-juta/>.
- Fahrnisa, “Strategi Penggunaan Media Digital Dalam Promosi Kerajinan Parang Sumbawa”, Jurnal Tambora, Vol IV Nomor 3, 2020 H.52
- Fandy Tjiptono. (2010) strategi Pemasaran, Yogyakarta
- Wawancara UMKM. (2022). Observasi, UMKM Keripik pisang dan UMKM kerupuk, tanggal 09 Februari 2022
- Kumalasari Retna, *Ketahui Definisi Spanduk, Contoh Serta Manfaatnya*. diakses Dari <https://majoo.id/solusi/detail/pengertian-spanduk-dan-contoh-spanduk> .
- Muhammad liwa irrubal. 2015. “*Strategi labeling, packaging, dan marketing. Produk hasil industri rumah tangga dikelurahan monjok kecamatan selaparang kota mataram nusa tenggara barat*”
- Galtys Label Perinting Diakses dari <https://www.galtyslabelsticker.com/manfaat-dan-fungsi-label/>