

## **Peningkatan Nilai Jual Keripik Kentang Sebagai Oleh – Oleh Khas Daerah Melalui Strategi *Branding***

**Rosmeli, Emilia, Etik Umiyati, Nurhayani dan Candra Mustika**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi, Indonesia

Email Korespondensi: Zeadevina@gmail.com

### **ABSTRAK**

Desa Renah Alai merupakan desa pertanian dengan kentang sebagai salah satu komoditas utama. Kentang selai bisa dijual langsung dapat pula diolah menjadi oleh – oleh khas daerah yaitu keripik kentang. Keripik kentang dihasilkan oleh para ibu rumah tangga dan remaja putri didesa ini dalam skala home industry. Permasalahan yang ada adalah keripik kentang yang akan dijual belum memiliki branding. Packaging dan labeling merupakan hal yang penting dalam pemasaran produk, selain sebagai identitas produk yang membedakan dengan produk yang sama dari daerah lain, packaging juga akan membuat produk keripik kentang higienis, rapi, dan awet.

**Kata Kunci:** Keripik Kentang, Packaging, Labeling

### **PENDAHULUAN**

Renah Alai merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Jangkat, desa ini merupakan desa yang memiliki banyak objek wisata, tidaklah mengherankan jika desa ini menjadi salah satu desa tujuan wisata. Desa ini juga merupakan desa binaan Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Mata pencaharian utama penduduk desa Renah Alai adalah sebagai petani. Kol, Kentang dan Ubi Jalar merupakan tanaman yang banyak di tanam oleh warga desa. Kentang merupakan komoditas unggulan yang dihasilkan oleh desa ini, dengan luas lahan 145 Ha dan produktivitas sebesar 10 ton/Ha (Renah Alai, 2019)

Hasil panen yang melimpah disertai dengan harga jual kentang yang fluktuatif menyebabkan petani mendapatkan keuntungan yang kecil. Sebagian besar petani hanya menekuni *on farm* atau budidaya, sedangkan hulu dan hilir kurang diminati (Damanhuri et al., 2017). (Indardi, 2018) menyatakan bahwa peningkatan ekonomi masyarakat dapat dilakukan dengan cara memberikan nilai tambah dan daya saing produk hasil pertanian.

Banyaknya kentang yang dihasilkan oleh warga memberikan dampak terhadap harga jual komoditas ini, penduduk desa menjual hasil panen kentang mereka keluar daerah untuk dijual kembali tanpa diolah terlebih dahulu. Melimpahnya kentang merupakan modal utama untuk meningkatkan *value added* bagi komoditas tersebut. Pada tahun 2020 tim pengabdian dari Prodi Ekonomi Pembangunan melakukan pengabdian masyarakat untuk mengolah kentang menjadi keripik kentang yang siap jual. Pengolah kentang menjadi keripik kentang akan memberikan nilai tambah yang lebih besar bagi para ibu rumah tangga di desa ini.



**Gambar 1.** Kegiatan Pengolahan Kentang Menjadi Keripik Kentang

Jumlah kentang yang melimpah dan belum adanya oleh – oleh khas daerah merupakan peluang yang besar dalam usaha keripik kentang. Pengolahan keripik kentang dapat dijadikan home industry bagi para ibu rumah tangga dan remaja putri yang akan memberikan tambahan penghasilan keluarga. Pengolahan keripik kentang ini memberikan nilai *value added* yang besar bagi komoditas ini, hal ini dikarenakan pada saat panen raya, harga komoditas kentang cenderung mengalami penurunan dan akan merugikan para petani kentang.

Keripik kentang yang dihasilkan oleh masyarakat didesa Renah Alai belum mempunyai *branding*, dikarenakan usaha yang baru dimulai dan keterbatasan masyarakat untuk *membranding* produk yang mereka hasilkan. Pemberian *branding* produk melalui packaging dan labeling. Packaging dan labeling merupakan identitas suatu produk. Untuk meningkatkan nilai jual keripik kentang, strategi *branding (labeling dan packaging)* merupakan hal penting yang akan menggambarkan identitas, karakteristik dan penampilan produk yang dapat meningkatkan nilai jual produk agar menarik (Darmawati & Author, 2018; Hanum et al., 2021; Irrubai, 2015; Julianti, 2014)

*Branding* merupakan hal penting dalam penampilan suatu produk, dengan adanya branding produk keripik kentang maka diharapkan nilai jual keripik kentang di Desa Renah Alai menjadi meningkat.

**Tabel 1.** Solusi yang Ditawarkan dalam Pengabdian

Masalah	Tujuan	Solusi yang ditawarkan (metode)
Belum adanya <i>Branding</i> produk	Memberikan packaging dan labeling terhadap produk yang dihasilkan	1. Demonstrasi pembuatan packaging dan labeling produk
Produksi Masyarakat masih dalam skala Home Industry	Meningkatkan skala produksi usaha keripik kentang	Ceramah dan Diskusi
Diharapkan adanya UMKM	Menambah jumlah UMKM yang ada dengan diversifikasi produk – produk yang dihasilkan	Ceramah dan Diskusi
Hasil olahan kentang nanti akan dipasarkan di desa Renah Alai sendiri dan desa – desa di Kecamatan Jangkat	Adanya oleh – oleh khas dari hasil olahan kentang	Digital Marketing
Rendahnya pendapatan Petani	Meningkatnya pendapatan masyarakat	Meningkatkan penjualan produk melalui sarana digital marketing

## METODE PELAKSANAAN

### Lokasi Pengabdian

Pengabdian masyarakat direncanakan di Desa Renah Alai Kecamatan Jangka Kabupaten Merangin Provinsi Jambi, pemilihan lokasi ini dikarenakan desa Renah Alai merupakan desa binaan Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Jambi.

### Peserta dan Tempat Pengabdian

Peserta Pengabdian ini adalah Ibu – ibu dan remaja putri Desa Renah Alai Kecamatan Jangkat Kabupaten Merangin, tempat pengabdian pada masyarakat dilakukan di Balai Desa Renah Alai Kabupaten Merangin.

### Metode Pengabdian

Metode pelaksanaan pengabdian yang dilakukan dengan Ceramah, demonstrasi dan Pelatihan dengan para peserta pengabdian masyarakat di desa wisata Renah Alai.

1. Penyampaian materi  
Materi yang diibarkan berupa beberapa hasil olahan kentang yang dapat dijadikan penghasilan tambahan bagi masyarakat
2. Pelatihan 1  
Setelah dilakukan penyampaian materi, selanjutnya dilaksanakan demonstrasi pembuatan *branding* produk melalui packaging dan labeling.
3. Ceramah dan Diskusi  
Setelah dilakukanya pelatihan packaging dan labeling selanjutnya dilanjutkan dengan ceramah dan diskusi untuk media pemasaran melalui digital marketing

## HASIL PENGABDIAN

### Profil Desa Renah Alai

Desa Renah Alai merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Jangkat dengan luas desa Renah Alai 32.026 Ha. Desa ini juga merupakan desa mitra prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Jambi. Secara geografis sebelah utara desa Renah Alai berbatasan dengan desa Sungai Lalang, sebelah selatan berbatasan dengan desa Rantu Kermas, sebelah Timur berbatasan dengan Desa Pulau Tengah dan sebelah barat berbatasan dengan desa Lubuk Mentilin.

Desa Renah Alai mempunyai 2 dusun dengan 5 RT. Jumlah penduduk di desa ini pada tahun 2021 sebanyak 1.101 orang, dengan jumlah penduduk laki – laki sebesar 572 orang dan perempuan sebesar 529 orang. Dilihat dari tingkat pendidikan masyarakat 25 orang merupakan sarjana, 190 orang tamat SMA sederajat, 385 tamat SPM sederajat, 550 SD sederajat dan 71 orang tidak tamat SD.

Mata pencaharian utama penduduk di desa Renah Alai sebagai petani, dengan jumlah usai produktif sebanyak 891 jiwa dan usia non produktif sebanyak 128 jiwa. Komoditas yang dihasilkan dari desa ini adalah Kopi, Cabe, Ubi Jalar dan Kentang. Tabel 5.1 akan menggambarkan produksi dan harga komoditas yang dihasilkan di desa renah alai.

**Tabel 2.** Komoditas Pertanian Desa Renah Alai

Jenis komoditi	Produksi/Th.	Harga desa	Harga di pasar
	Ton	Rp/kg	Rp/kg
<b>Kopi</b>	100	18000	19500
<b>Cabe</b>	300	15000	18000
<b>Ubi jalar</b>	2500	1800	2500
<b>Kentang</b>	1500	5000	8000

Sumber: Hasil Survey, 2021

Komoditas pertanian yang dihasilkan di Desa Renah Alai dijual oleh petani ke pedagang pengumpul yang berada di desa. Oleh pedagang pengumpul dijual keluar wilayah Kecamatan Jangkat.

Harga jual komoditas pertanian yang diterima petani masih tergolong rendah. Bila dilihat dari harga pasar, maka para pedagang pengumpul memperoleh keuntungan yang cukup besar dari harga yang mereka beli dari petani. Apabila komoditas pertanian yang dihasilkan oleh petani tersebut diolah terlebih dahulu menjadi produk, maka para petani akan mendapatkan penghasilan yang lebih baik. Dari komoditas tersebut, ada sebagian komoditas pertanian yang telah diolah oleh para petani melalui Bumdes dan usaha para ibu – ibu desa. Kopi sebahagian sudah diolah oleh warga desa menjadi kopi bubuk melalui Bumdes milik desa Renah Alai. Sementara untuk ubi jalar dan kentang, juga sudah dimanfaatkan oleh para ibu – ibu untuk dijadikan stik ubi dan keripik kentang.

### **Strategi *Branding* Keripik Kentang**

Pada tahun 2020, tim pengabdian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi telah melaksanakan pengolahan kentang menjadi keripik kentang sebagai tambahan penghasilan bagi para ibu di Desa Renah Alai. Sebelum memulai pengabdian branding dan packing maka, dilakukan terlebih dahulu produksi keripik kentang.

Pengolahan kentang menjadi keripik kentang tidak memerlukan waktu yang lama. Bahan baku yang melimpah dan mudah dijumpai juga menjadikan pengolahan kentang menjadi keripik ini sangat mungkin dilakukan sebagai salah satu usaha sampingan keluarga. Bahan yang diperlukan untuk membuat keripik kentang sangat mudah dan gampang dijumpai yaitu kentang, garam, minyak goreng. Adapun cara dalam pembuatan keripik kentang tersebut adalah kentang dicuci bersih tanpa harus mengupas kulitnya, setelah itu siapakan minyak untuk menggoreng. Setelah minyak goreng panas iris kentang pakai alat pembuat keripik diatas minyak panas tersebut, goreng sampai berwarna kuning keemasan dan tiriskan. Setelah kentang ditiriskan tunggu sampai sedikit dingin dan ditambahkan varian rasa seperti garam atau balado, dan keripik kentang siap disajikan (Rosmeli, 2020).

### **Branding dan Packing Keripik Kentang**

Dalam strategi persaingan UKM yang menempati urutan pertama adalah branding. Branding merupakan hal yang penting karena dengan adanya branding produk yang dihasilkan teridentifikasi dan terdiferensiasi sehingga mudah untuk diingat oleh para pembeli. Melalui branding produk, pelaku usaha baru mampu bersaing dengan para pelaku usaha lama dan dapat memenuhi kebutuhan pasar (Winahyu et al., 2021)

Untuk meningkatkan hasil jual produksi keripik kentang, branding dan packing produk keripik kentang merupakan hal yang penting. Dengan branding akan menunjukkan identitas produk yang dihasilkan, sedangkan packing produk yang dihasilkan menjadi lebih higienis, rapi dan tahan lama.

Desain Branding perlu dilakukan agar dapat meningkatkan minat beli konsumen dan membedakan dengan produk sejenis yang dihasilkan para UMKM lain. Untuk membuat design branding keripik kentang, maka tim pengabdian melakukan diskusi dengan mitra agar diperoleh design branding yang tepat, baik dan sesuai dengan kebutuhan mitra. Adapun desain branding keripik kentang dapat dilihat pada gambar berikut.



Branding produk keripik kentang Desa Renah Alai berisikan produk yang dihasilkan, komposisi bahan, berat bersih produk, tanggal kadaluarsa dan alamat produksi. Dengan kelengkapan isi dari branding akan memberikan informasi yang lengkap yang dibutuhkan oleh konsumen.

Selain branding, packing merupakan hal yang penting. Packing merupakan proses perancangan dan pemberian wadah atau pembungkus produk (Eny Setyariningsih, 2019). Packing produk keripik kentang desa Renah Alai terdiri dari 2 jenis, yaitu toples plastic dan kemasan plastic. Pemilihan plastic sebagai packing karena plastic murah, tahan lama dan ringan.



Pemberian branding dan packing pada keripik kentang Desa Renah Alai akan memberikan identitas produk dan memberikan nilai tambah produk yang dihasilkan. Dengan adanya branding dan packing membuat produk yang dihasilkan menjadi lebih dikenal, tahan lama, higienis yang rapi sehingga menjadikan produk ini dapat bersaing dengan UMKM sejenis dipasar, meningkatkan nilai jual produk dan meningkatkan pendapatan tambahan keluarga.



## KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil Pelatihan dan FGD yang dilakukan antara tim pengabdian pada masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi dengan masyarakat di desa Renah Alai Kabupaten Merangin, didapat kesimpulan:

1. Branding produk keripik kentang akan memberikan identitas pada produk yang dihasilkan, didalam branding tersebut termuat informasi lengkap tentang produk yang dihasilkan
2. Packing yang digunakan untuk keripik kentang desa Renah Alai terbuat dari toples plastic dan tempat plastic. Pemilihan bahan didasarkan dikarenakan plastic merupakan bahan yang aman, awet dan murah.

Saran yang dapat diberikan oleh tim pengabdian pada masyarakat adalah:

1. Pengolahan kentang menjadi keripik kentang yang dijadikan sebagai oleh – oleh khas desa Renah Alai harus terus dipertahankan dan ditingkatkan dengan pengembangan produk, baik dari rasa maupun bentuk keripik kentang.
2. Setelah dilakukan pelatihan dan FGD tentang pemberian branding produk, diharapkan produk keripik kentang dari Desa Renah Alai dapat dipasarkan di luar desa sehingga dapat memberikan tambahan pendapatan keluarga.

## DAFTAR PUSTAKA

- Damanhuri, Muspita, M., & Setyohadi, D. (2017). Pengembangan Diversifikasi Usaha tani sebagai Penguatan Ekonomi di Kabupaten Bojonegoro, Tulungagung, dan Ponorogo. *Jurnal Cakrawala*, 11(1), 33–47.
- Darmawati, E., & Author, C. (2018). model design of specialty coffee packaging structures *Int. J. Adv. Res*, 6(5), 494–505. <https://doi.org/10.21474/IJAR01/7057>
- Eny Setyariningsih, S. H. (2019). *Pendampingan Pengemasan Produk (Packing) danPembukuanSederhana Untuk Meningkatkan Kemampuan UKMdalam Mengelola Usaha padaUKMJamu Tradisional di Kota Mojokerto*. 1(1), 18–23.

- Hanum, N. R., Fitriyah, H., Fitriani, A. S., & Handayani, H. (2021). Optimalisasi Branding Produk dan Digital Marketing pada Karang Taruna Desa Keboan Anom. *Community Empowerment*, 6(2), 285–290. <http://journal.ummg.ac.id/index.php/ce/article/view/4402/2080>
- Indardi, I. (2018). Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pembuatan Keripik Singkong Di Semuluh Kidul, Semanu, Gunung Kidul. *BERDIKARI : Jurnal Inovasi Dan Penerapan Ipteks*, 6(1), 53–64. <https://doi.org/10.18196/bdr.6133>
- Irrubai, M. L. (2015). Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. *Society, Jurnal Jurusan Pendidikan IPS Ekonomi*, xiii, 15–30. [moz-extension://13cd55ea-f579-4124-9b74-1cfd69137ac1/enhanced-reader.html?openApp&pdf=https%3A%2F%2Fcore.ac.uk%2Fdownload%2Fpdf%2F266979211.pdf](https://doi.org/10.13cd55ea-f579-4124-9b74-1cfd69137ac1/enhanced-reader.html?openApp&pdf=https%3A%2F%2Fcore.ac.uk%2Fdownload%2Fpdf%2F266979211.pdf)
- Julianti, S. (2014). *The Art of Packaging : Mengenal Metode, Teknik, & Strategi*. PT Gramedia Pustaka Utama. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=IKJLDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Julianti+++S.+++2014.+The+++Art+++of+++Packaging:+Mengenal+Metode,+Teknik,+dan+Strategi+Pengemasan+++Produk+++untuk+++Branding+dengan++Hasil++Maksimal.+Jakarta:++PT+Gramedia+Pustaka+Utama.+&ots=1hLm\\_pvNgI&sig=NFx4rG4dibG6fBmIdb6KIvbFRZQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=IKJLDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Julianti+++S.+++2014.+The+++Art+++of+++Packaging:+Mengenal+Metode,+Teknik,+dan+Strategi+Pengemasan+++Produk+++untuk+++Branding+dengan++Hasil++Maksimal.+Jakarta:++PT+Gramedia+Pustaka+Utama.+&ots=1hLm_pvNgI&sig=NFx4rG4dibG6fBmIdb6KIvbFRZQ&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Renah Alai, D. (2019). *Profil Desa Renah Alai*.
- Rosmeli, D. (2020). Peningkatan Value Added Berbasis Komoditas Lokal Di Desa Renah Alai Kecamatan Jangkat Kabupaten Merangin. *Universitas Jambi*.
- Winahyu, P., Rozi, A. F., Syaiqoni, I., & Sodikin, M. F. (2021). Upaya Peningkatan Produktivitas Melalui Legalisasi Dan Product Branding Keripik Tape. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 2(1), 15–18. <https://doi.org/10.32528/JPMM.V2I1.5001>