



DIKLAT PELABELAN DAN KEMASAN PRODUK LOKAL DESA POTO MENGGUNAKAN PENDEKATAN ETNO-ANDRAGOGI

Andi Haris

Program Studi Teknologi Pendidikan, FKIP Universitas Samawa

*E-mail: andiharis7814@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan pendidikan dan pelatihan ini adalah memberikan pemahaman tentang pelabelan dan kemasan produk lokal Desa Poto dengan menggunakan pendekatan etno-andragogi kepada sekelompok pengrajin kain tenun (kre sesek). Entrepreneur etno-andragogi pada pengrajin kain tenun yang dijadikan tas dapat memberikan pemahaman dan pengalaman tentang berwirausaha antara pelabelan dan kemasan produk etnis Bali, Cina, dan Arab dengan produk etnis Sumbawa. Etnis Sumbawa belum ada pengalaman dan keilmuan yang mendukung tentang bagaimana memberikan label dan kemasan terhadap produk-produk lokal yang telah ditekuni. Untuk mendapat pengalaman peserta, maka model pendidikan dan pelatihannya menggunakan ceramah, diskusi, dan praktek serta pendekatannya adalah etno-andragogi. Berdasarkan hasil olahan data menunjukkan bahwa hasil pre-test berada pada prosentase 65%, 50%, dan 55%. Sedangkan hasil post-test menunjukkan adanya peningkatan menjadi 85%, 80% dan 85%.

Kata kunci: Pelabelan, Kemasan, Etno-Andragogi

LABELING AND PACKAGING TRAINING FOR LOCAL PRODUCTS IN POTO VILLAGE USING ETHNO-ANDRAGOGICAL APPROACH

ABSTRACT

The purpose of this education and training is to provide an understanding of the labeling and packaging of local products from Poto Village using an ethno-andragogical approach to a group of woven cloth (kre sesek) craftsmen. Ethno-andragogical entrepreneurs in woven cloth craftsmen who are used as bags can provide an understanding and experience of entrepreneurship between the labeling and packaging of Balinese, Chinese and Arabic ethnic products and Sumbawa ethnic products. The Sumbawa ethnic group has no experience and knowledge that supports how to provide labels and packaging for local products that have been occupied. In order to gain experience from the participants, the education and training model uses lectures, discussions, and practices and the approach is ethno-andragogy. Based on the results of processed data, it shows that the pre-test results are at the percentage of 65%, 50% and 55%. While the post-test results showed an increase to 85%, 80% and 85%.

Keywords: labeling, packaging, ethno-andragogy

PENDAHULUAN

Kewirausahaan adalah bidang yang berfokus pada pengembangan, pengelolaan, dan penerapan ide-ide kreatif untuk memulai dan menumbuhkan bisnis yang sukses. Di dunia yang terus berkembang dan kompetitif ini, kemampuan untuk menjadi wirausaha menjadi semakin penting (Mikušová et al., 2023). Kunci sukses dalam industri ini adalah memahami prinsip dasar dan strategi yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan bisnis (Haider et al., 2022).

Etno-andragogi adalah pendekatan pendidikan yang berfokus pada orang dewasa berdasarkan budaya dan etnis asal. Pendekatan ini mengakui pentingnya memahami konteks budaya dan nilai-nilai yang memengaruhi pendidikan dan pelatihan orang dewasa. Dalam konteks kewirausahaan, etno-andragogi dapat digunakan untuk memahami bagaimana budaya dan latar belakang etnis seseorang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk memulai dan mengoperasikan bisnis (Haris, 2019).

Dirjen Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) menyebut Desa Poto sebagai salah satu dari sepuluh desa percontohan promosi budaya dan merupakan satu-satunya desa di Indonesia bagian timur yang terpilih. Desa ini dijadikan sebagai lokasi percontohan Desa Budaya Berhulu di Sumbawa berdasarkan temuan Dokumen Konsep Kunci Budaya Daerah (PPKD) yang dijabarkan dalam 10 Objek Promosi Budaya (BPK) yang terdiri dari sejarah dan ritual lisan, tertulis



dan umum, pengetahuan tradisional, teknologi tradisional, kesenian, bahasa, permainan rakyat dan olahraga tradisional sebagaimana tertuang dalam Surat Penawaran Bupati Sumbawa No. 522.3/401/Bappeda/2019. Desa Poto masih memiliki ekosistem budaya yang sangat semarak seperti ratib rabana, tradisi tas, tenun khas Sumbawa (*Kre Alang*) dan sedekah Ponan. Desa Poto sudah lama dikenal sebagai wisata budaya dan sentra tenun tradisional di Kabupaten Sumbawa. Desa Poto terletak di Kecamatan Moyo Hilir, Kabupaten Sumbawa, Nusa Tenggara Barat, berjarak kurang lebih \pm 10 kilometer dari ibu kota.

Secara keterampilan dalam pembuatan *kre alang* atau *kre sesek* patut diperbincangkan dan dikembangkan ke dalam ranah entrepreneur. *Kre alang* atau *kre sesek* ini diubah dalam bentuk tas jinjing dengan sarannya dapat dipergunakan di tempat hiburan (pesta), acara adat, acara seremonial pemerintahan salah satu peluang bisnis yang tidak dapat diragukan lagi. Peluang bisnis ini ditindaklanjuti oleh perempuan (ibu-ibu dan perempuan dewasa) sebagai basis ekonomi keluarga. *Kre sesek* (kain tenun) yang dikenal dengan istilah *kre alang* dalam produksinya belum diberikan pelabelan dan kemasan sehingga dapat menambah nilai jual.

Pelabelan dan kemasan produk lokal adalah aspek penting dalam pemasaran dan penjualan produk-produk lokal. Pelabelan yang baik dan kemasan yang menarik dapat memberikan nilai tambah pada produk lokal, meningkatkan daya tarik konsumen, dan membedakan produk dari pesaing di pasar. Sebagai seorang entrepreneurship yang etno-andragi (pendidikan kewirausahaan orang dewasa berdasarkan budaya) tentunya menekankan betapa pentingnya pelabelan dan kemasan yang efektif dalam mempromosikan produk lokal. Berdasarkan survey di lapangan bahwa terdapat permasalahan diantaranya adalah (1) pelabelan adalah nama produk, (2) nama dan alamat pihak yang memproduksi produk lokal, sangatlah kurang pemahamannya sehingga berakibat pada daya tarik pembeli (Murtado & Alhanannasir, 2021). Masalah yang lain adalah keterbatasan kemampuan produsen kain lokal yang dikenal dalam bahasa Sumbawa adalah *kre sesek* untuk melakukan inovasi label dan kemasan menyebabkan kurangnya perhatian terhadap kualitas (Lailiyah et al., 2019).

Pelabelan yang baik dapat memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk kepada konsumen. Label harus mencakup informasi tentang bahan baku, manfaat produk, instruksi penggunaan, tanggal kadaluwarsa, dan sertifikasi keamanan. Informasi ini membantu konsumen membuat keputusan yang cerdas dan memastikan bahwa produk yang mereka beli adalah aman dan berkualitas. Hal ini sependapat dengan pandangan Fauzi (2022) bahwa label dapat memberikan informasi terkait produk dan juga identitas brand itu sendiri, dengan alasan label dan kemasan yang lebih menarik dapat menambah daya tarik produk dan berpotensi menambah nilai jual. Selain itu, pelabelan yang efektif dapat membantu membangun citra merek yang kuat bagi produk lokal. Label yang dirancang dengan baik dan memiliki logo yang mudah dikenali dapat membantu membedakan produk dari pesaing di pasar. Citra merek yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan membangun loyalitas pelanggan jangka panjang. Hal ini sangat benar menurut Restu Wardhani et al., (2019) yang mengatakan bahwa pelabelan dan kemasan sangat mempengaruhi ketertarikan konsumen terhadap produk termasuk pencantuman logo dan alamat produksinya.

Selanjutnya, kemasan yang menarik juga memainkan peran penting dalam memikat konsumen. Kemasan yang menarik dan estetik dapat menarik perhatian konsumen di rak toko dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka (Umami et al., 2022). Kemasan yang baik juga harus praktis dan fungsional, memudahkan konsumen dalam menyimpan dan menggunakan produk (Lusianingrum et al., 2021). Pelabelan dan kemasan yang baik juga dapat membantu mempromosikan keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan (Nandang Gunawan, 2022). Dalam era yang semakin peduli terhadap lingkungan, label yang mencantumkan informasi tentang bahan baku yang ramah lingkungan atau kemasan yang dapat didaur ulang dapat meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk yang ramah lingkungan (Komala et al., 2022).

METODE

Pendidikan dan pelatihan ini dilakukan di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa pada hari Kamis 01 Juni-Senin 10 Juli 2023. Kegiatan ini diikuti oleh ibu-ibu yang terdiri dari ibu pengrajin *kre sesek* dan wanita pekerja paruh waktu. Di samping itu juga, kegiatan ini dihadiri oleh Kepala Desa Poto untuk memastikan kesiapan akan barang baku dan cara pelabelan serta pengemasannya.

Metode yang digunakan dalam pendidikan dan pelatihan produk lokal dari kain tenun (*kre sesek*) menjadi tas jinjing adalah ceramah, diskusi dan praktek dengan pendekatan etno-andragogi. Adapun indikator keberhasilan dari kegiatan ini adalah memberikan pemahaman bagaimana cara melabeli dan mengemas tas jinjing dari *kre sesek* menjadi produk yang dapat meningkatkan pendapatan ekonomi keluarga perempuan.

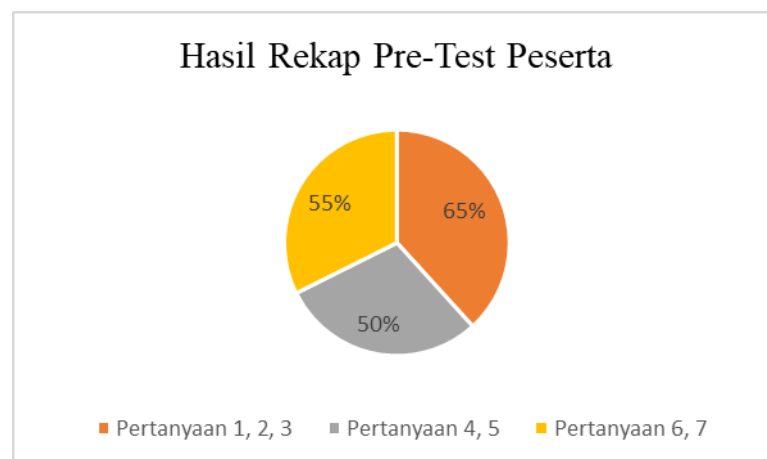
Adapun sistem pelaksanaannya dibagi dalam 3 (tiga) tahap yakni (1) pra kegiatan yang mencakup observasi lokasi pelatihan, koordinasi teknis dengan kepala desa dan kelompok sasaran, serta persiapan materi diklat berdasarkan tinjauan literasi, (2) pelaksanaan kegiatan mencakup metode ceramah, diskusi, dan praktek dengan menggunakan pendekatan etno-andragogi, dan (3) evaluasi hasil kegiatan mencakup evaluasi awal kegiatan yang dikenal dengan pre-test dan evaluasi akhir pelaksanaan kegiatan yang dikenal dengan post-test.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap pertama, dilakukan koordinasi dengan kepala desa dan beberapa pengrajin kain tenun untuk menyerap aspirasi tentang masalah dan kendala yang dihadapi dalam pembuatan produk yang dilabeli dan dikemas dengan baik. Setelah mendengar dan merespon atas kebutuhan pengrajin kain tenun, maka baru ditentukan materidan model apa serta pendekatan apa yang akan dilakukan pada saat pendidikan dan pelatihan.

Dalam tahap kedua, sebelum dilakukan pendidikan dan pelatihan kepada peserta terlebih dahulu diberikan pre-test untuk mengungkapkan sejauhmana pemahaman peserta terhadap pelabelan dan kemasan pada produk lokalnya yakni tas yang berasal dari tenun kain (*kre sesek*). Pre-test ini berupa pertanyaan singkat dengan jumlah soal sebanyak 7 soal. Ketujuh soal tersebut adalah (1) apa yang anda ketahui tentang pelabelan dan kemasan produk, (2) adakah tujuan dari produk lokal tersebut ketika diberikan pelabelan dan kemasan, (3) apakah fungsi pelabelan dan kemasan diberikan kepada produk lokal, (4) apakah anda mengetahui jenis-jenis pelabelan dan kemasan, (5) apakah anda mengetahui tipe-tipe dari pelabelan dan kemasan sebuah produk, (6) adakah informasi lain yang anda cantumkan pada label dan kemasan pada sebuah produk, dan (7) apakah pelabelan dan kemasan mampu memberikan daya tarik sebuah produk.

Berdasarkan hasil rekap pre-test dari 15 peserta terhadap pertanyaan 1, 2, dan 3 telah diketahui partisipasinya sebesar 65%, pertanyaan 4 dan 5 sebesar 50%, dan pertanyaan 6 dan 7 sebesar 55%. Hasil ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. Hasil Rekap Pre-Test Peserta

Dari hasil di atas dapat diketahui tentang pemahaman peserta terhadap pelabelan dan kemasan produk lokal masih sangat kurang. Hal ini didasarkan pada belum pernah diikutsertakan dalam pendidikan dan pelatihan. Oleh karena itu, dalam menambah wawasan keilmuan dan pemahaman peserta maka pelaksanaan diklat peserta dengan metode ceramah, diskusi, dan praktek menggunakan pendekatan etno-andragogi.

Pada saat diklat peserta menggunakan ceramah, diskusi dan praktek dengan menggunakan pendekatan etno-andragogi kewirausahaan peserta dapat memahami bahwa setiap peserta memiliki latar belakang budaya dan etnis yang unik. Ini dapat memengaruhi cara peserta melihat dunia kewirausahaan, berinteraksi dengan orang lain, dan membuat keputusan di lingkungan kewirausahaan yang telah digeluti. Dengan memahami keragaman budaya dan latar belakang etnis peserta diklat dapat memengaruhi keberhasilan peserta dalam berwirausaha. Untuk mendukung etno-andragogi dalam kewirausahaan, pemateri menggunakan sistem inklusif dan mengakui keberagaman budaya dan latar belakang etnis setiap peserta. Pemateri mendorong diskusi dan kolaborasi antara peserta yang satu dengan yang lainnya dengan latar belakang yang berbeda, sehingga peserta dapat saling belajar dan memahami perspektif satu sama lain tentang pelabelan dan kemasan. Di samping itu juga pemateri mendorong peserta diklat untuk menggali dan memahami nilai-nilai budaya sendiri, serta bagaimana nilai-nilai ini dapat diterapkan dalam konteks pelabelan dan kemasan.

Selain itu, pemateri menggunakan studi kasus dan contoh-contoh nyata untuk mengilustrasikan bagaimana budaya dan latar belakang etnis Bali, Cina dan Arab dapat mempengaruhi kewirausahaan apabila dibandingkan dengan etnis Sumbawa. Ini akan membantu peserta diklat untuk mengaitkan konsep-konsep teoritis dengan situasi dunia nyata, dan memahami bagaimana peserta dapat mengaplikasikan pengetahuan pelabelan dan kemasan dalam bisnis sendiri (Andi Haris, 2021).

Proses diklat pelabelan dan kemasan menggunakan pendekatan etno-andragogi dapat dilihat pada gambar di bawah ini sebagai berikut:



Gambar 2. Ceramah, Diskusi dan Praktek Pelabelan dan Kemasan Kre Sesek Untuk Dijadikan Tas

Produk label dan kemasan lalu di desain oleh tenaga teknis menggunakan aplikasi Canva sambil diperlihatkan kepada peserta pelatihan. Hasil desain menggunakan aplikasi Canva akan terlihat pada gambar 3 dan 4 yang kemudian diberikan kesempatan kepada peserta untuk melihat dimana kekuarangan dan kelebihan terhadap yang telah di desain. Gambar desain tersebut dapat dilihat di bawah ini:

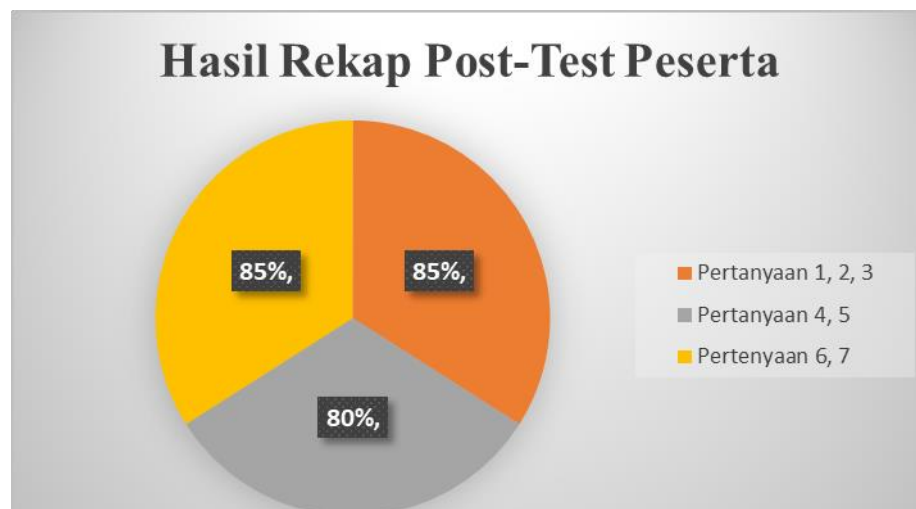


Gambar 3. Kre Sesek (Kain Tenun)



Gambar 4. Tas Dari Kre Sesek

Pada tahap ketiga, peserta dievaluasi kembali dalam bentuk post-test, yang mana pertanyaannya sama dengan pertanyaan di pre-test. Hasil post test dapat menggambarkan bahwa materi pelabelan dan kemasan kepada perempuan Desa Poto dapat dikatakan berhasil. Adapun indikator keberhasilannya adalah tingkat persentase pada soal 1, 2, 3 mengalami perubahan pada persentase 85%, persentase soal 4, 5 menjadi 80% dan soal 6, 7 menjadi 85% (lihat gambar 5). Hal ini membuktikan bahwa dengan pelatihan dan pendidikan pelabelan dan kemasan produk lokal Desa Poto yang menggunakan pendekatan etno-andragogi dalam kategori sangat baik.



Gambar 5. Hasil Rekap Post-Test Peserta

SIMPULAN

Mengadopsi pendekatan etno-andragogi dalam pendidikan dan pelatihan kewirausahaan dapat memberikan peserta dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana budaya dan latar belakang etnis dapat mempengaruhi kewirausahaan. Hal ini akan mempersiapkan peserta untuk menghadapi dunia bisnis yang semakin global dan beragam serta memberikan peserta keunggulan kompetitif dalam mengembangkan dan mengelola bisnis mereka sendiri. Lewat pendekatan etno-andragogi, pemahaman peserta diklat terhadap pelabelan dan kemasan produk lokal dapat memainkan peran yang sangat penting dalam mempromosikan produk dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pelabelan yang baik dan kemasan yang menarik dapat memberikan nilai tambah pada produk lokal, membedakan produk dari pesaing, membangun citra merek yang kuat, dan mempromosikan keberlanjutan. Oleh karena itu, perusahaan lokal harus memberikan perhatian khusus pada pelabelan dan kemasan produk mereka untuk meningkatkan daya tarik dan kesuksesan produk lokal di pasar.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Andi Haris, et all. (2021). ETNO-ENTREPRENEUR MASYARAKAT SUMBAWA (Perspektif Pendidikan, Budaya dan Ekonomi). *Jurnal Kependidikan*, 6(1), 1–12.
- Fauzi, M. F. (2022). Pelabelan Kemasan Produk Rempeyek Di Cisaat Sukabumi Sebagai Sarana Promosi Dan Peningkatan Nilai Jual. *Jurnal Dasarupa: Desain Dan Seni Rupa*, 3(3), 33–45. <https://doi.org/10.52005/dasarupa.v3i3.85>
- Haider, S. A., Akbar, A., Tehseen, S., Poulouva, P., & Jaleel, F. (2022). The impact of responsible leadership on knowledge sharing behavior through the mediating role of person–organization fit and moderating role of higher educational institute culture. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(4), 100265. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100265>
- Haris, A. (2019). Soft-Skill Entrepreneur: Pendekatan Etno-Andragogi Dalam Pendidikan Pelatihan Vokasional. *Disertasi: Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia*, 1–12.
- Komala, R., Ayu, R., & Aryani, I. (2022). The Six Value of Socio-Ecopreneur Lombok Eco Flea Market untuk Pemberdayaan Petani dan Pengrajin Lokal di Kuta Lombok Tengah. *Journal of Digital Business (JDIBIS)*, 01(01), 1–1.
- Lailiyah, N., Muatsiroh, F., & Wirawan, L. (2019). Analisis Kemasan Terasi Bonang Kabupaten Rembang Serta Inovasinya (Iconic Printing Packaging) Untuk Menghadapi Industri 4.0. *Seminar Dan Konferensi Nasional IDEC*, ISSN: 2579, 2–3. <https://idec.ft.uns.ac.id/wp-content/uploads/2019/05/ID015.pdf>
- Lusianingrum, F. P. W., Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2021). Pelatihan labeling kemasan produk UMKM mitra binaan Posyantek Al-Ikhlas. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(2), 624–632.
- Mikušová, M., Klabusayová, N., & Meier, V. (2023). Evaluation of organisational culture dimensions and their change due to the pandemic. *Evaluation and Program Planning*, 97(June 2022). <https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2023.102246>
- Murtado, A. D., & Alhanannasir, A. (2021). Edukasi Pelabelan Kemasan Produk Bagi Karyawan Toko Ritel Modern Di Kota Palembang. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 420. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.6463>
- Nandang Gunawan, A. M. V. F. (2022). Sosialisasi Pelabelan Barang Dalam Keadaan Terbungkus Pada Pelaku Usaha Mikro , Kecil Dan Menengah (UMKM) Dan Industri. *Proseding Seminar Nasional UNIMUS*, 5, 1816–1821.
- Restu Wardhani, A., Suwandono, P., & Rizki Fadhilah, A. (2019). Pelatihan Kemasan dan Pelabelan Pada UKM Kripiki Pisang di Dusun Pecuk Tulungagung. *Prefic-PTR:Converence on Innovation and Application of Science and Technology*, 02 Oktober(Ciastech), 159–164.
- Umami, N., Sri W.H, M. A., & Hayuhantika, D. (2022). Pelatihan Tehnik Pengemasan Dan Pelabelan Untuk Meningkatkan Kemampuan Managemen Pemasaran Untuk Umkm Desa Belimbing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat - Teknologi Digital Indonesia.*, 1(2), 85. <https://doi.org/10.26798/jpm.v1i2.680>