

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji Peran Iklan Rumah Kemasan Batu Bara Dalam Meningkatkan Nilai Tambah Produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Batu Bara. Dengan fokus pada analisis budaya dan ekonomi, yang bertujuan untuk memahami bagaimana strategi periklanan dan kemasan dapat memperkuat daya saing produk UMKM di pasar lokal maupun global. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara mendalam pada beberapa UMKM di kawasan Kabupaten Batu Bara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan yang efektif dan kemasan yang menarik berkontribusi signifikan terhadap peningkatan citra produk dan daya tarik konsumen, yang meningkatkan nilai tambah UMKM. Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi elemen budaya lokal dan kesesuaian visual dengan isi dalam desain iklan dan kemasan dapat memperkuat keunikan produk, sementara strategi periklanan yang tepat dapat meningkatkan visibilitas dan permintaan pasar. Temuan ini memberikan rekomendasi bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan iklan dan kemasan sebagai alat strategis dalam pengembangan bisnis mereka.

Kata Kunci : peran iklan, kemasan, nilai tambah UMKM

ABSTRACT

This research examines the role of advertising for coal packaging houses in increasing the added value of micro, small and medium enterprises (UMKM) products in Batu Bara Regency. With a focus on cultural and economic analysis, which aims to understand how advertising and packaging strategies can strengthen the competitiveness of MSME products in local and global markets. This research uses qualitative methods with in-depth interviews and case studies on several MSMEs in the Batu Bara Regency area. The research results show that effective advertising and attractive packaging contribute significantly to improving product image and consumer appeal, which increases the added value of MSMEs. This research concludes that the integration of local cultural elements and visual suitability with content in advertising and packaging design can strengthen product uniqueness, while appropriate advertising strategies can increase visibility and market demand. These findings provide recommendations for MSMEs to utilize advertising and packaging as strategic tools in developing their business.

Keywords: role of advertising, packaging, added value for MSMEs