

## ***NEW DESIGN PACKAGING PADA UMKM KERUPUK DI DESA KUTAKARYA KECAMATAN KUTAWALUYA***

Muhamad Abdika Mafruh  
Program Studi Teknik Mesin  
Fakultas Teknik  
Universitas Buana Perjuangan Karawang  
tm19.muhamadmafruh@mhs.ubpkarawang.ac.id

### **ABSTRAK**

Desa Kutakarya merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Kutawaluya, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Pada tanggal 01 Juli 2022, Desa Kutakarya memiliki penduduk sebanyak 8.138 jiwa, yang terdiri dari 4.173 jiwa laki-laki dan sebanyak 3.965 jiwa perempuan, yang terdiri dari 2.567 KK. Jumlah penduduk Desa Kutakarya tersebar pada 5 dusun yang terdiri dari, Dusun Dukuh, Dukuh II, Kedngmundu Timur, Kedungmundu Barat dan Karanganyar. Terdiri dari 5 Rw dan 14 RT. Luas wilayah Desa Kutakarya yaitu ±430,198 ha.UMKM Aneka Kerupuk Harum Fajar merupakan produksi rumahan milik salah satu warga Desa Kutakarya yang berlokasi di Dusun Kedung Mundu Barat Rt.12 Rw.04 dan berdiri sejak tahun 2019 hingga sekarang. Usaha ini berfokus pada bidang pangan yang menyajikan berbagai macam aneka kerupuk diantaranya kerupuk dorokdok, kerupuk seblak, kerupuk bolong, dan kerupuk ikan. UMKM Padi merupakan milik salah satu warga Desa Kutakarya yang yang berlokasi di Dusun Kedung Mundu Rt.12 Rw.04 dan berdiri sejak tahun 2010 hingga sekarang. Usaha ini berfokus pada bidang pangan yang memproduksi padi yang di olah menjadi beras dan sekam padi.1. Peningkatan peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi di masyarakat desa Kutakarya yang terdampak Covid-19 dilakukan dengan mengembangkan potensi yang dimiliki oleh pelaku UMKM. Adapun upaya yang dilakukan yaitu dengan memberikan bantuan perlengkapan pendukung seperti banner, rebranding logo. 2. Peningkatan wawasan dan keterampilan pelaku usaha dalam pengelolaan UMKM dilakukan dengan adanya pembinaan berupa penerapan media social terhadap promosi UMKM.

***Kata kunci:*** Digitalisasi, UMKM, Domestik Bruto, Ekonomi, Pangan, Produksi

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Desa Kutakarya merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Kutawaluya, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Pada tanggal 01 Juli 2022, Desa Kutakarya memiliki penduduk sebanyak 8.138 jiwa, yang terdiri dari 4.173 jiwa laki-laki dan sebanyak 3.965 jiwa perempuan, yang terdiri dari 2.567 KK. Jumlah penduduk Desa Kutakarya tersebar pada 5 dusun yang terdiri dari, Dusun Dukuh, Dukuh II, Kedngmundu Timur, Kedungmundu Barat dan Karanganyar. Terdiri dari 5 Rw dan 14 RT. Luas wilayah Desa Kutakarya yaitu ±430,198 ha.UMKM Aneka Kerupuk Harum Fajar merupakan produksi rumahan milik salah satu warga Desa Kutakarya yang berlokasi di Dusun Kedung Mundu Barat Rt.12 Rw.04 dan berdiri sejak tahun 2019 hingga sekarang. Usaha ini berfokus pada bidang pangan yang menyajikan berbagai macam aneka kerupuk diantaranya kerupuk dorokdok, kerupuk seblak, kerupuk bolong, dan kerupuk ikan. UMKM Padi merupakan milik salah satu warga Desa Kutakarya yang yang berlokasi di Dusun Kedung Mundu Rt.12 Rw.04 dan berdiri sejak tahun 2010 hingga sekarang. Usaha ini berfokus pada bidang pangan yang memproduksi padi yang di olah menjadi beras dan sekam padi.1. Peningkatan peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi di masyarakat desa Kutakarya yang terdampak Covid-19 dilakukan dengan mengembangkan potensi yang dimiliki oleh pelaku UMKM. Adapun upaya yang dilakukan yaitu dengan memberikan bantuan perlengkapan pendukung seperti banner, rebranding logo. 2. Peningkatan wawasan dan keterampilan pelaku usaha dalam pengelolaan UMKM dilakukan dengan adanya pembinaan berupa penerapan media social terhadap promosi UMKM.

Kerupuk merupakan produk olahan tradisional Indonesia yang digemari masyarakat, bahkan masyarakat internasional, terbukti dengan volume ekspor ke berbagai negara meningkat (Suprpti, 2005). Definisi kerupuk dalam Standar Industri Indonesia (SII) nomor 0272-90 adalah produk makanan kering yang dibuat dari tapioka atau tepung sagu dengan atau tanpa tambahan bahan makanan atau bahan tambahan makanan lain yang diijinkan, yang harus disiapkan dengan cara menggoreng atau memanggang sebelum disajikan (SII, 1990). Kerupuk dapat dibedakan menjadi dua yaitu kerupuk berprotein dan kerupuk tidak berprotein. Kerupuk berprotein dibuat dengan menambahkan bahan pangan berprotein nabati maupun hewani seperti kedelai, ikan, dan udang (Astawan dan Astawan, 1988).

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang tersebut. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha menengah sebagaimana dimaksud dalam undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Di dalam undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria ini, usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki nilai aset paling banyak Rp 50.000.000,00 atau dengan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00.

Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp 50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 hingga maksimum Rp 2.500.000.000,00. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 hingga paling banyak Rp 10.000.000.000,00 atau memiliki hasil penjualan tahunan di atas Rp 2.500.000.000,00 sampai paling tinggi Rp 50.000.000.000,00 (Tambunan, 2012).

Berbagai inisiatif selalu diusahakan oleh pemerintah melalui Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah agar semakin banyak individu mau menekuni dunia wirausaha dalam bentuk pendirian UMKM. Perhatian pemerintah terhadap UMKM yang sangat besar merupakan langkah strategis yang tepat dibutuhkan bangsa Indonesia. Keseriusan kepedulian pemerintah terhadap UMKM dengan program-program untuk menumbuh kembangkan UMKM di Indonesia. Meskipun dukungan pemerintah Indonesia sangat besar untuk menjadikan UMKM berhasil dan berkembang bukan berarti tanpa kendala. Menurut Tambunan (2002) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha adalah kualitas SDM yaitu termasuk perilaku pelaku usaha dan modal usaha.

membangun sebuah kepercayaan terhadap konsumen, semakin banyak motivasi dan perilaku baik yang dimiliki oleh seorang pelaku usaha maka semakin besar pula kemungkinan sebuah UMKM dapat berkembang. Untuk mengembangkan suatu UMKM agar usahanya berhasil, pelaku usaha harus dapat berpikir kreatif dan inovatif untuk lebih mengembangkan usahanya.

## Metode Penelitian

Adanya kebutuhan pengembangan produk untuk meningkatkan penjualan dan menjadi daya tarik dipasaran, dari hasil observasi dan pelaksanaan berlangsung dari tanggal 1 Juli 2022 – 31 Juli 2022 yang berlokasi di Dusun Kedungmundu Desa Kutakarya Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang. dengan itu dibutuhkan pihak-pihak lain yang merealisasikan hal tersebut, dalam hal akademisi diharapkan berkontribusi untuk membantu peningkatan inovasi dan kreatifitas masyarakat itu sendiri. (Lantu et al, 2017)

Metode penelitian ini merupakan prosedur kualitatif. Analisis berfokus pada statement permasalahan, tercantum perlengkapan yang digunakan dalam proses produksi sekaligus pengemasan kerupuk. Metode kualitatif digunakan sebab tujuan dalam riset ini ataupun tujuan riset dibatasi sehingga sebanyak informasi bisa digali. Riset langsung di tempat, bisa menciptakan statement permasalahan di tempat, informasinya bisa berganti cocok dengan informasi yang terdapat di tempat, sehingga hendak ditemui teori baru di lapangan. Penelitian kualitatif memakai prosedur kualitatif adalah observasi, wawancara, literatur dan dokumentasi.

Dalam upaya pengembangan produk pada umkm kerupuk dari pemilik usaha Bapak Asep Bahtiar di Desa Kutakarya, solusi yang ditawarkan adalah dengan sosialisasi dan strategi pemasaran melalui marketplace untuk pendistribusian produk kerupuk. Metode yang digunakan adalah dengan pengembangan produk dan pembuatan marketplace untuk pelaku UMKM di Desa Kutakarya.

Adapun langkah-langkah pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Melakukan observasi kepada pelaku umkm kerupuk di Desa Kutakarya, dan mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan yang ada
2. Melakukan sosialisasi pengembangan produk dan strategi pemasaran melalui marketplace di lokasi pemilik UMKM
3. Pembuatan kemasan baru dan logo
4. Pembuatan Banner untuk mengetahui lokasi produksi UMKM
5. Dokumentasi hasil pengembangan produk dengan kemasan baru dan logo.

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

Kegiatan kunjungan pertama setelah observasi dimulai dengan wawancara terhadap pelaku umkm kerupuk yang ada di desa kutakarya. Kemudian adanya ide untuk mengembangkan produk dengan menambah kemasan baru dan logo yang bernilai ekonomis dan pemasaran produk berbasis digital untuk promosi produk lebih luas menggunakan marketplace. Kegiatan ini yang telah dilaksanakan pada hari minggu 3 Juli 2022 bertempat di lokasi pelaku umkm Desa Kutakarya.



**Gambar 1.1.** Kunjungan Pertama Dan Wawancara pelaku UMKM Kerupuk

Pada kegiatan ini pelaku umkm dan masyarakat setempat atau pegawai mendapat gambaran akan potensi pengembangan produk menjadi produk yang lebih bernilai serta pemasaran berbasis digital yang dapat memudahkan dan mempromosikan produk yang akan di jual. Berikutnya adalah perencanaan produk menggunakan kemasan baru yang berukuran 14x24 mm. Dalam proses pembuatannya terdapat beberapa pertimbangan:

**Tabel 1.1.** Tabel wawancara yang diperoleh (sumber: data penulis, 2022)

No	Pernyataan	Hasil
1.	Konsep seperti apa untuk design produk?	Ekonomis dan Menarik
2.	Material apa yang cocok digunakan untuk produk?	Plastik <i>Standing Pouch</i>
3.	Bagaimana agar produk lebih menarik dari produk lain?	Banyak varian rasa serta bentuk kemasan yang unik.

**Analisa Desain**

1. Aspek Material

**Tabel 1.2.** Aspek Material Yang Digunakan

No	Pernyataan	Hasil
1.	<p>Kemasan Menggunakan Plastik <i>Standing Pouch</i> Ukuran 14 x 24 mm.</p> 	<p>Keuntungan menggunakan kemasan <i>standing pouch</i> ini memiliki banyak manfaat bagi para penjual. Ada berbagai keuntungan yang bisa diperoleh oleh para penjual yaitu dengan keunikan serta menjadi daya tarik konsumen dan menjadi nilai jual tinggi.</p>
2.	<p>Logo Kemasan</p> 	<p>Dapat diketahui dari logo kemasan yang dapat dikenal banyak konsumen karena kualitas terhadap produk yang dipercaya akan rasa dan menjadikan ciri khusus dari produk tersebut.</p>

2. Aspek Rupa Produk

**Tabel 1.3.** Aspek Rupa Produk

No	Pernyataan	Hasil
1.	Kemasan Kerupuk Terbaru 	Bentuk kemasan yang ekonomis, menarik dan unik.

**Deskripsi Produk**

Produk ini dirancang dengan desain simple dan menarik, produk yang dibuat untuk menambah omset penjualan dari inovasi-inovasi produk lain yang lebih unik dan kreatif. Material yang digunakan menggunakan plastik *standing pouch*. Kemasan *standing pouch* berguna dalam memperpanjang usia atau masa tahan produk supaya lebih awet, dengan bantuan *zipper* atau klip yang memungkinkan konsumen untuk menutup kembali kemasan dengan rapat.

**Foto Produk**



**Gambar 1.2.** Foto Produk



**Gambar 1.3.** Foto Penutupan kunjungan UMKM

### **Kesimpulan dan Rekomendasi**

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Buana Perjuangan Karawang yang dilaksanakan selama satu bulan dimulai dari tanggal 01 Juli 2022 hingga 31 Juli 2022 di Desa Kutakarya Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang, program yang telah dilaksanakan meliputi tiga bidang yaitu pendidikan, kesehatan dan sosial.

Dari kajian yang telah dilakukan selama program Kuliah Kerja Nyata (KKN) berlangsung, dapat disimpulkan :

1. Peningkatan peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi di masyarakat desa Kutakarya yang terdampak Covid-19 dilakukan dengan mengembangkan potensi yang dimiliki oleh pelaku UMKM. Adapun upaya yang dilakukan yaitu dengan memberikan bantuan perlengkapan pendukung seperti banner, rebranding logo.
2. Peningkatan wawasan dan keterampilan pelaku usaha dalam pengelolaan UMKM dilakukan dengan adanya pembinaan berupa penerapan media social terhadap promosi UMKM.

### Daftar Pustaka

- Pramulia, P., Ramadhan, M. Z. I., Astutik, R. D., Noviyani, A., Imama, I., Sari, N. C. K., ... & Kusuma, A. R. P. (2022). Workshop Strategi Pemasaran di Era Digital di Desa Tambak Cemandi, Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo. *Kanigara*, 2(1), 195-204
- Puspitarini, Y. I., & Sugiyanto, S. (2022). Penerapan Sistem Infromasi Manajemen Dalam Memasarkan Produk Pada UMKM di Industri Ragam Camilan. *HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings)*, 2(2).
- Hendaris, Y., Junianto, A. R., Rahpin, A., Santi, S., Puspitarin, Y. I., Hamsinah, H., & Arsid, A. (2021). Meningkatkan Kepemimpinan Dan Kualitas Sumber Daya Manusia Dalam Usaha Keripik Pisang Pada Member Galery UMKM Rangkasbitung Barat. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 1(4).
- Lantu, D.C., Pulungan, S.A., Yudiarti, D. (2017). Analyzing the effectiveness of a joint corporate social responsibility program to empower people in an Indonesian village. *International Journal of Business and Society*, 2017, 18(S2), pp323-338.