

**PEMBERDAYAAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PELATIHAN DESAIN  
LABEL KEMASAN UNTUK MENINGKATKAN PADA PRODUK  
UMKM OPAK DI DESA PAMEKARAN**

Zaki Rahadian1, Sudrajat Sugiharta2

Program Studi Manajemen1, Program Studi Farmasi2

[mn21.zakirahadian@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn21.zakirahadian@mhs.ubpkarawang.ac.id) 1, [sudrajat.sugiharta@ubpkarawang.ac.id](mailto:sudrajat.sugiharta@ubpkarawang.ac.id) 2

**ABSTRAK**

Kuliah Kerja Nyata (KKN) 2024 Universitas Buana Perjuangan Karawang dilaksanakan di Desa Pamekaran, Kecamatan Banyusari, Kabupaten Karawang. Tujuan utama kegiatan ini adalah meningkatkan kesadaran dan pemahaman pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) tentang pentingnya Pemberdayaan Sumber Daya Manusia dan Desain Label Kemasan. Mahasiswa melakukan observasi dan sosialisasi dengan pelaku UMKM, di era digital agar terbentuknya jiwa semangat berwirausaha yang dan unggul dalam menghadapi persaingan usaha, dengan menyelenggarakan kegiatan berbagi pengalaman, pelatihan desain label kemasan terkait praktis ilmu pengetahuan manajemen sumber daya manusia agar anggota masyarakat UMKM Desa Pamekaran tersebut memiliki motivasi semangat berwirausaha yang kreatif dan kompetitif, Metode yang digunakan adalah metode penelusuran objek pengabdian, dan penyampaian materi secara implementatif dan diskusi mengenai kendala yang terjadi di lapangan dalam memanager karakter SDM dalam upaya peningkatan produktifitas usaha bagi UMKM Desa Pamekaran Kecamatan Banyusari Kabupaten Karawang. Penulis melakukan wawancara kepada pelaku usaha dengan UKM OpaK yaitu Ibu Kusnatin yang berada di Desa Pamekaran, Kecamatan Banyusari, Kab. Karawang. Penulis melakukan observasi dan menganalisis hal-hal yang mempengaruhi perkembangan bisnis. Mulai dari cara produksi hingga peningkatan SDM. Dapat disimpulkan bahwa SDM merupakan salah satu hal yang paling penting bagi pelaku usaha.

**Kata Kunci:** Pemberdayaan Sumber Daya Manusia, Desain Label Kemasan, UMKM

**ABSTRACT**

*The 2024 Real Work Lecture (KKN) at Buana Perjuangan University, Karawang, was held in Pamekaran Village, Banyusari District, Karawang Regency. The main aim of this activity is to*

*increase awareness and understanding of Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) regarding the importance of Human Resource Empowerment and Packaging Label Design. Students carry out observations and socialization with UMKM actors, in the digital era so that the spirit of entrepreneurship can be formed and excel in facing business competition, by holding experience sharing activities, training on packaging label design related to practical human resource management knowledge for members of the Pamekaran Village UMKM community. has the motivation of a creative and competitive entrepreneurial spirit. The method used is the method of searching for objects of service, and delivering material through implementation and discussion regarding obstacles that occur in the field in managing the character of human resources in an effort to increase business productivity for UMKM in Pamekaran Village, Banyusari District, Karawang Regency. The author conducted interviews with business actors with UKM Opak, namely Mrs. Kusnatin who is in Pamekaran Village, Banyusari District, Kab. Karawang. The author makes observations and analyzes things that influence business development. Starting from production methods to improving human resources. It can be concluded that HR is one of the most important things for business actors.*

**Keywords:** *Human Resources Empowerment, Packaging Label Design, UMKM*

## **PENDAHULUAN**

Dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Profesi penulis di tempatkan di Desa Pamekaran Kecamatan Banyusari Kabupaten Karawang. Secara topografi desa Pamekaran merupakan dataran rendah, hampir seluruh wilayahnya adalah dataran. Desa Pamekaran memiliki luas 450 hektar, dimana lahan sawah 295 hektar, 155 hektar diantaranya wilayah tersebut menjadi tempat dataran desa pamekaran dan selebihnya merupakan daerah pertanian dan peternakan yang menjadi mata pencaharian utama penduduk desa pamekaran. Sumber Daya Manusia merupakan aset utama dalam membangun suatu bangsa, tidak terkecuali bagi bangsa Indonesia. Tingkat kemajuan suatu bangsa salah satunya ditentukan oleh Sumber Daya Manusia yang berkualitas. Mahasiswa merupakan generasi penerus yang diharapkan mampu meningkatkan kualitas Sumber Daya

Manusia (SDM) melalui peningkatan intelektual, skill, dan pengabdian masyarakat ini. Desa Pamekaran memiliki banyak potensi, antara lain Usaha Kecil Menengah Opak, pertanian, peternak dan perkebunan yang menjadi mata pencaharian penduduk desa Pamekaran. Desa Pamekaran memiliki empat kampung atau dusun yaitu Dusun Cikalong 1, Dusun Cikalong 2, Dusun Jungklang 1, dan Dusun Jungklang 2. Mayoritas penduduk Desa Pamekaran terdiri dari karyawan yang bekerja di pabrik, sebagian menjadi pedagang, petani, pekerja lepas dan sebagian lagi tidak bekerja atau pengangguran. Sektor perdagangan menjadi perhatian tersendiri di Desa Pamekaran mengingat pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) cukup banyak dengan berbagai variasi usaha (Yunita, 2023). UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di desa Pamekaran memainkan peran dalam pembangunan ekonomi lokal dan menjadi penggerak dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi tingkat pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa pamekaran. UMKM berperan untuk mencapai SDGs Desa nomor 8 yaitu pertumbuhan ekonomi desa merata. Menurut data Pemerintah Kabupaten Karawang tahun 2020, jumlah UMKM di Kecamatan Banyusari mencapai usaha yang tersebar di 4 desa termasuk Desa Pamekaran dan terus mengalami peningkatan hingga saat ini. Dengan mendorong inovasi dan pemberdayaan ekonomi, UMKM membantu desa untuk menjadi lebih mandiri secara ekonomi. Dukungan terhadap pengembangan UMKM di Desa Pamekaran sangat penting untuk mencapai pertumbuhan ekonomi desa. Salah satu usaha informal yang dimunculkan dengan melihat peluang yang ada disekitar lingkungan. UMKM Opak ini merupakan salah satu sentra industri rumah tangga yang sudah lama beroperasi di Pamekaran. Oleh karena itu, pentingnya strategi keuangan secara digital yang tepat pada UMKM Kutawargi untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan UMKM dan meningkatkan penghasilan perekonomian desa. Jika potensi tersebut dapat diperkenalkan ke berbagai daerah dan diketahui oleh masyarakat, hal ini dipastikan dapat memberikan dampak positif dan dapat memajukan potensi daerah tersebut. Persaingan dunia bisnis yang semakin meningkat dengan banyaknya variasi produk yang ada di pasaran, terutama bagi perusahaan besar dengan anggaran pemasaran yang besar, tentu bukan pekerjaan yang mudah bagi usaha kecil dan menengah atau usaha mikro kecil dan menengah (Sulistiono & Mulyana, 2020) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan sosial ekonomi kecil yang mandiri dan berskala kecil yang dikelola oleh kelompok masyarakat atau rumah tangga.

Keberadaan UKM di Indonesia sangat strategis bagi pertumbuhan perekonomian nasional, karena mampu menyerap angka pengangguran (Farida et al., 2019). Ada beberapa UMKM yang terdapat di Desa Pamekaran Kecamatan Banyusari Kabupaten Karawang yaitu, pembuatan aneka kue tradisional salah satunya adalah opak, kerajinan tangan, jasa jahit dan produksi gula merah. Akan tetapi perkembangan UMKM tersebut masih dipengaruhi oleh SDM yang masih relatif rendah karena pada umumnya masyarakat bermata pencarian petani, peternak dan pekebun secara turun temurun dan keterbatasan dalam ilmu pengetahuan teknologi yang lenih canggih dan moderen. Pada hal ini penulis hanya fokus terhadap pengembangan UMKM pada produk Opak Ketan Kelapa. Opak adalah salah satu cara untuk melestarikan makanan tradisional dalam bentuk kue kering. Label produk adalah identitas dari sebuah produk yang akan di pasarkan. Label produk dapat memudahkan konsumen dalam memilih produk yang ingin dibelinya dan menjadi penguat brand usaha dalam industri yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, label sangat penting agar produk tersebut dapat dikenal di khalayak umum (Yuliani, 2020) (Herudiansyah, Gamar, Mister Candra, 2019). Pemilik usaha kecil atau UMKM seringkali mengabaikan kebutuhan untuk berinvestasi dalam pelabelan dan pengemasan yang baik untuk produk yang mereka gunakan. Para pengusaha kecil seringkali tidak menyadari bahwa banyak konsumen yang lebih mementingkan kemasan yang baik. Oleh sebab itu kemasan pada produk harus menjadi kunci penting dalam strategi pemasaran. Salah satu aspek kemasan yang paling penting bagi para pemilik bisnis adalah sebuah branding atau label (Sulistiono & Mulyana, 2020). Kurangnya peminat dan jangkauan pasar yang tidak terlalu luas membuat usaha ini tidak terlalu dikenal dikalangan masyarakat banyak. Hal ini dipengaruhi oleh unsur penjualan produk seperti kualitas pelayanan, produk, pemasaran dan pengemasan juga saling mendukung satu sama lain. Dengan adanya permasalahan ini sesuai dengan tujuan KKNP, penulis dari jurusan ekonomi dan bisnis prodi manajemen termotivasi untuk mengadakan beberapa pembenahan pada UMKM opak di desa Pamekaran, dengan tujuan agar usaha kue kering opak tersebut dapat lebih mengembangkan potensi yang dimiliki, dan dapat menjadikan ekonomi yang mandiri dengan inovasi yang lebih kreatif. Untuk meningkatkan penjualan dan daya tarik konsumen terhadap produk UMKM Opak ada baiknya dilakukan inovasi. Misalnya pada aspek penggunaan media sosial, seperti ; WhatsApp dan Instagram, berjualan melalui media sosial secara tidak langsung dapat menambah peluang

bertambahnya penghasilan dan pada aspek pelabelan pada kemasan Opak. Sehingga dengan adanya brand atau label produk, konsumen dapat dengan mudah mengenali produk yang ditawarkan dan tidak mudah beralih ke produk lain yang sejenis dan begitupun sebaliknya. sekaligus mengetahui kualitas dari produk yang ditawarkan. Hal tersebut menunjukkan betapa pentingnya peran label dalam kemasan produk UMKM (Sulistiono & Mulyana, 2020). Oleh karena itu, menjadi tantangan bagi penulis untuk mengabdikan diri pada masyarakat dan mendapatkan pengalaman dan pengetahuan dari banyaknya perbedaan dan persamaan antara teori dan praktik. Berdasarkan analisis diatas, penulis menyusun laporan Kuliah Kerja Nyata Profesi dengan judul “Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Dalam Pelatihan Desain Label Kemasan Untuk Meningkatkan Pada Produk UMKM OPAK Di Desa Pamekaran”

## **METODE**

Pada penulisan laporan ini, metode yang digunakan yaitu metode deskriptif dan observatif, dimana mahasiswa melaksanakan program kerja individu Kuliah Kerja Nyata (KKN) Kegiatan ini dilakukan selama empat pekan terhitung sejak tanggal 15 Juli sampai dengan 15 Agustus 2024. Program kerja dilaksanakan pada minggu pertama KKN yaitu tanggal 15 Juli – 21 Juli 2024 dengan jam pelaksanaan pukul 11.00-14.00 WIB. Saat melaksanakan program kerja, mahasiswa melaksanakan observasi kemudian sosialisasi dengan beberapa pelaku UMKM di Desa Pamekaran tentang pentingnya kegiatan ini berupa pembuatan label kemasan dan sosial media pada UMKM yang bermitra dengan UMKM Opak di Desa Pamekaran Kecamatan Banyusari Kabupaten Karawang., berfokus pada implementasi yang dibagi menjadi tiga tahap, yaitu:

1. Tahap persiapan dan perencanaan dilaksanakan selama seminggu dalam bentuk observasi lapangan dan perjanjian kerjasama dengan Pemilik UMKM Opak serta penyusunan jadwal sosialisasi.
2. Tahap pelaksanaan, dilakukan dengan menjalankan proses pengembangan usaha dan pelabelan kemasan di UMKM Opak di Desa Pamekaran Kecamatan Banyusari Kabupaten Karawang. Pada tahap ini, penulis menyampaikan tata cara pembuatan media sosial dan membuat desain label untuk kemasan Opak yang kreatif dan menarik. Hal ini dimaksudkan

agar dapat menarik perhatian pembeli, meningkatkan antusias pembeli untuk membeli produk tersebut dan memberikan ciri khas tersendiri untuk produk tersebut

3. Tahap evaluasi, pada tahap evaluasi ini penulis mengevaluasi kemampuan atau pemahaman pelaku usaha selama proses pendampingan pembuatan media sosial dan pelabelan. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman pelaku usaha terhadap pentingnya kedua hal tersebut demi kelanjutan usahanya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut (Supriyanto, Farihanto, & Handoko, 2018) Pemberdayaan Sumber Daya Manusia dan sosialisasi pelatihan desain label kemasan opak dilaksanakan secara langsung dengan mendatangi setiap pelaku UMKM yang berada di Desa Pamekaran dan melaksanakan kolaborasi dengan kegiatan yang dilaksanakan oleh Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Desa Pamekaran. Setelah sosialisasi tersampaikan, untuk pelaku UMKM yang ingin desain label kemasan usahanya, pelaku 3 usaha bisa desain label kemasan dengan didampingi oleh Mahasiswa KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang melalui Online Website Canva. Desain yang perlu disiapkan adalah Ciri Khas Oleh Oleh Makanan Daerah, Merek, Logo, dan Slogan.



**Gambar 1.** Sosialisasi Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Sumber: Rapat Rumah Pak Wakil Shofari UMKM Jungklang Tahun 2024

Usaha opak ibu kusnatin merupakan suatu UMKM yang terletak pada Desa Pamekaran, Kecamatan Banyusari, Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat. Usaha ini didirikan oleh ibu Kusnatin sekaligus pemilik usaha opak ibu Kusnatin, usaha ini bergerak dibidang kuliner dengan menjual kuliner khas Jungklang Karawang yakni opak, produk yang dijual dari usaha ini merupakan hasil produksi sendiri dari usaha opak ibu Kusnatin. Opak yang terbuat dari beras ketan kelapa yang diparut dan juga diperas (gepe) setelah itu gepe dihaluskan dan di panggang pada tempat pemanggangan. Pada usaha opak ibu Kusnatin memiliki dua varian rasa yang diproduksi dari tahun 2018 s.d tahun 2024 atau sekarang, diantaranya yaitu varian rasa original dan rasa manis.

**a. Opak original**

Bahan untuk memproduksi produk ini adalah dari bahan baku pati umbi kayu yang dipanggang pada media pemanggangan untuk rasa original berikut ini adalah gambar varian rasa original:



**Gambar 2.** Opak Ketan Kelapa Original Sumber: UMKM Opak Bu Kusnatin Tahun 2024

**b. Opak Ketan Kelapa**

Opak rasa Asin memiliki bahan baku diantaranya yaitu pati umbi kayu, dan juga bubuk rasa jeruk yang diperoleh dari bubuk segar-sari, berikut gambar Opak rasa asin:



**Gambar 3.** Opak Ketan Kelapa Asin Sumber: UMKM Opak Bu Kusnatin Tahun 2024

Selama melakukan kegiatan bisnis dari dahulu hingga sekarang usaha opak ibu kusnatin tidak pernah melakukan kegiatan pemasaran berbasis digital seperti memiliki media sosial yang berbasis digital seperti Instagram bahkan usaha opak ibu Kusnatin tidak terdaftar pada mode pencarian di Google Maps dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

**Kemasan**

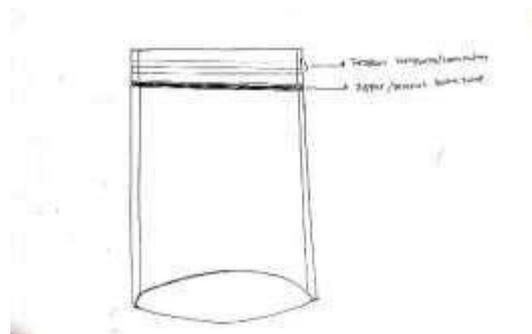
Produk UMKM pada umumnya merupakan produk yang unik, karena diproduksi dalam jumlah yang terbatas, produsen skala rumahan sebenarnya memiliki kualitas yang layak untuk disandingkan dengan produk yang dihasilkan oleh produsen berskala nasional. Akan tetapi, Pelaku UMKM masih enggan untuk menggarap kemasan secara profesional (Nugrahani, 2015). Kemasan merupakan suatu pelindung produk dari kotoran dan keamanan produk saat di perjalanan, suatu kemasan yang baik adalah kemasan yang sesuai dengan produk, untuk kemasan makanan yang baik yaitu kemasan yang memiliki lambang/standar food grade, namun berdasarkan observasi yang dilakukan, kemasan yang digunakan oleh usaha opak ibu kusnatin menggunakan plastik biasa (kemasan tidak foodgrade), yang berisikan produk opak produksi opak ibu kusnatin berukuran tinggi kemasan 22 cm, lebar kemasan 36 cm, dan berat 1.850 gram dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

**Gambar 4.** Kemasan Masi Menggunakan Plastik Sumber: UMKM Opak Bu Kusnatin Tahun 2024

Menurut (Perwitasari, 2021) Produk yang digunakan oleh usaha opak ibu Kusnatin sangatlah besar sehingga tampilan kemasan tidaklah profesional. Oleh karena itu penelitian ini menerapkan/menginovasikan kemasan produk opak yang berukuran sedang, mulai dari pembagian produk yang berbentuk lingkaran/diameter ukuran 16 cm ke berbentuk bulat yang berukuran 7 cm (bagian atas) 1 cm (bagian bawah). Dalam memenuhi fungsi kemasan, maka penulis membuat konsep untuk kemasan produk opak sebagai berikut:

## 1. Pola standar

Produk opak pada usaha opak ibu Kusnatin berukuran diameter 16 cm dalam bentuk lingkaran dan inovasi bentuk produk berbentuk bulat dengan tinggi produk 8 cm, lebar atas 7 cm, dan lebar bawah 1 cm. Kemasan yang digunakan akan disesuaikan dengan ukuran produk opak. Target dari pembuatan desain kemasan ini, selain agar tampilan lebih terlihat profesional dan menarik, ukuran yang akan ditampilkan juga berukuran ekonomis, material kemasan yang digunakan juga mudah untuk didapatkan oleh opak ibu Kusnatin dan harga yang terjangkau dibandingkan material kemasan yang memiliki fungsi yang sama. Berikut adalah bentuk/pola dasar kemasan yang dirancang oleh penulis.



**Gambar 5.** Sketsa Stand Pouch Opak Sumber: Data Diolah Zaki Rahadian 2024

## 2. Bahan

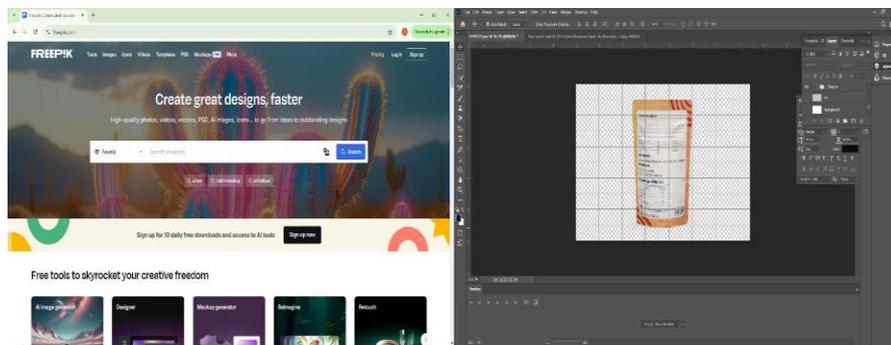
Dalam perancangan ini, bahan/material yang digunakan yaitu standing pouch atau kemasan plastik bening yang memiliki perekat fleksibel (zipper). Menurut (Sulaiman, 2021) mengemukakan bahwasanya standing pouch adalah kemasan yang terbuat dari plastik maupun aluminium yang memiliki sifat kimia dan fisika yang berbeda, dan biasa digunakan para pelaku UMKM untuk mengemasi produk. standing pouch juga kemasan kekinian yang biasa digunakan untuk kemasan makanan ringan yang berfungsi dalam memperpanjang usia atau masa tahan produk, dengan bantuan zipper atau klip yang memungkinkan konsumen untuk menutup opak kemasan. Jenis standing pouch selain memiliki banyak ukuran mulai dari 9 x 15 cm hingga yang paling besar yaitu ukuran 20 x 29 cm. Ada juga beberapa jenis standing pouch yang lain yaitu:

A. Kemasan Bening, memiliki ciri khas cerah yang membuat konsumen langsung dapat melihat produk.

- B. Kemasan plastik nylon, kemasan ini biasa digunakan untuk produk yang berada pada suhu yang dingin
- C. Kemasan aluminium foil, kemasan ini digunakan pada produk yang tidak dapat berpapasan langsung dengan sinar matahari
- D. Kemasan Kombinasi, kemasan ini memadukan antara bening dan aluminium foil yang bertujuan agar produk tetap terjaga dari sinar matahari dan konsumen dapat melihat langsung produk.
- E. Kemasan Kraft, kemasan jenis ini terbuat dari kertas kraft dengan aluminium foil, yang berguna bagi produk basah ataupun kering, selain itu kemasan ini menawarkan perlindungan secara maksimal. Menurut (Apriyanti, 2018) Ukuran standing pouch sangatlah beragam, mulai dari ukuran 9 x 15 cm, 10 x 17 cm, 12 x 20 cm, 14 x 22 cm, 16 x 24 cm, 16 x 32 cm, dan 20 x 29 cm. Ukuran disesuaikan dengan kebutuhan. Kelebihan dari standing pouch yaitu praktis dalam mengemasi produk, tersedia dalam berbagai jenis dan memungkinkan semua produk menggunakannya dengan berbahan plastik ketahanan produk dapat terjaga dengan baik, bentuk kemasannya juga sangat inovatif dan tidak ketinggalan zaman. Adapun fitur klip/zipper pada kemasan standing pouch membantu pihak pengguna kemasan untuk bisa digunakan kembali. Produk dapat terjaga dengan baik (kedap udara), produk yang dikemas tidak mudah tumpah dan berbahan plastik sehingga memungkinkan produk dapat berdiri. Kelebihan yang tidak kalah penting dari kemasan yang digunakan ini adalah harganya kemasan ekonomis yang terjangkau dibandingkan dengan kemasan lain yang fungsinya sama, seperti kaleng, kaca, botol dan lain sebagainya. Dari teori yang dijelaskan, penulis menawarkan jenis standing pouch kepada para pelaku UMKM karena kemasan ini sangat mudah didapatkan, harga yang relatif murah, memiliki standar food grade, PP/Polypropylene (plastik yang aman digunakan berulang kali), dan keamanan produk terjaga dengan ketebalan kemasan 120 micron.

### **3. Desain Layout**

Mengusung konsep desain kemasan sebagai wadah bernilai profesional, tradisional, estetik, fleksibel, dan terlihat modern. Untuk layout desain kemasan yang penulis gunakan yaitu website [freepik.com](http://freepik.com) dalam membentuk pola desain sesuai dengan konsep yang dibuat pada gambar 4.8 diatas, berikut adalah tampilan website [freepik.com](http://freepik.com).



**Gambar 6.** Desain Stand Pouch Label Kemasan Di Photoshop Sumber: Data Diolah Adobe Photoshop dan Website Freepik.com 2024

Selain daripada itu ada pula gambar dari pola desain kemasan menggunakan website Freepik.com sebagai berikut:





**Gambar 7.** Hasil Kemasan Stand Pouch Opak Yang Di Inovasi Sumber: Data Diolah Zaki Rahadian 2024

Menurut (Sunardi Rosa, 2020) Perancangan pola ini masih polos dan masih sederhana. kemasan ini akan dikombinasikan dengan label yang di desain oleh penulis sehingga menjadi satu fungsi sehingga lebih cenderung terlihat eksklusif sesuai dengan citra yang ingin ditonjolkan pada label kemasan produk tersebut. Kemasan dan label harus mampu menjadi alat komunikasi secara visual dengan konsumen. Pada kemasan produk lama yang digunakan sebelumnya belum memiliki label pada kemasan produk yang dapat menyampaikan informasi-informasi terkait produk. Hal ini disebabkan oleh kemasan produk yang dipakai menggunakan plastik kresek biasa, oleh karena itu penulis merancang konsep dalam pembuatan label kemasan dalam menyampaikan informasi produk dan membuat kemasan menjadi lebih menarik. Perancangan tersebut dimulai dengan standarisasi kemasan yang diusut oleh dalam pemenuhan edaran produk olahan industri rumah tangga atau dikenal dengan NIB (Nomor Izin Berusaha Pangan Industri Rumah Tangga), dilansir dari istanaumkm.pom.go.id bagian- bagian yang dicantumkan dalam pemenuhan NIB sebagai berikut:

1. Nama Produk
2. Logo Usaha
3. Daftar bahan yang digunakan (Komposisi)
4. Berat bersih/Isi bersih
5. Nama dan alamat yang memproduksi

6. Halal bagi yang dipersyaratkan
7. Tanggal dan kode produksi
8. Keterangan kadaluarsa (Baik digunakan sebelum)
9. Nomor izin berusaha/Resi NIB

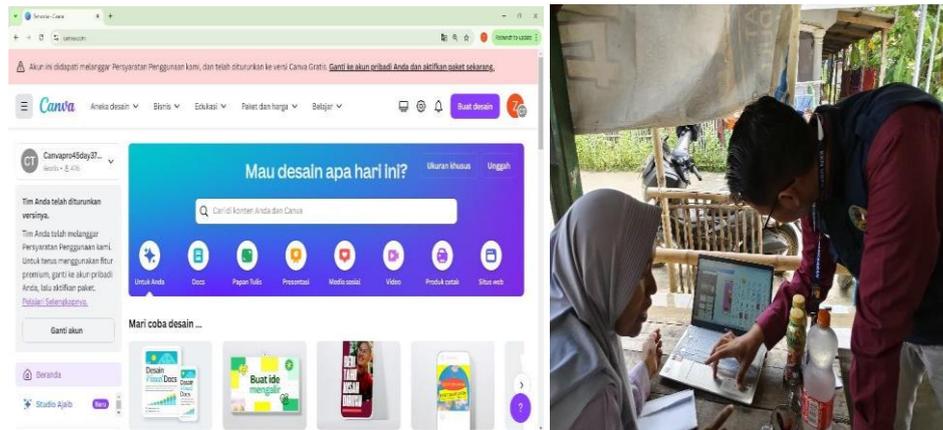
Label yang akan dibuat dan tidak menghilangkan warna ciri khas dari kemasan opak ibu Kusnatin yang lama (merah), adapun konsep label yang dibuat oleh penulis sebagai perencanaan pembuatan label kemasan bagi usaha Opak ibu Kusnatin pada gambar di bawah ini:



**Gambar 8.** Sketsa Label Kemasan Opak Sumber: Data Diolah Zaki Rahadian 2024

Label kemasan yang akan didesain menggunakan aplikasi Canva, berikut adalah tampilan aplikasi Canva:





**Gambar 9.** Desain Label Kemasan Opak Di Canva Sumber: Data Diolah Zaki Rahadian 2024  
Adapun hasil pembuatan label kemasan produk menggunakan aplikasi Canva sebagai berikut:



**Gambar 10.** Hasil Desain Label Kemasan Opak Sumber: Data Diolah Zaki Rahadian 2024

Pada gambar diatas adalah label yang dirancang oleh penulis dengan mengusing label menggunakan warna biru gradasi, kuning gradasi, dan merah gradasi, yang menandakan ciri khas dari kemasan opak ibu Kusnatin, warna jingga yang menandakan suatu yang baru/inovasi juga warna merah dan warna kuning sebagai pelengkap seperti warna huruf dan lain-lain. Ada pula informasi yang tercantum pada label kemasan yang mengacu pada syarat pengajuan Nomor Induk Berusaha (NIB) yakni memiliki nama produk, harga, logo, komposisi, berat bersih, nama dan alamat produksi, kode produksi, keterangan baik digunakan sebelum, hingga nomor izin berusaha/resi NIB. Adapun font yang digunakan pada label kemasan produk yang dibuat menggunakan aplikasi Canva di antaranya sebagai berikut:

- a. Glacial Indifference
- b. Body Grotesque

- c. Body Grotesque Fit
- d. Anantanson Condensed Se
- e. Open Sans Light

Menurut (Halimah, 2023) Label yang dibuat berukuran 10 x 14 cm (1/4 dari kertas stiker A4) ukuran ini dipilih agar menghemat biaya dan juga tidak menutupi produk dari pandangan konsumen. Material yang dipilih yakni kertas stiker Waterproof Glossy Photo Paper. Demi melihat hasil kerja, penulis mengusung wawancara kepada konsumen dan produsen terkait tanggapan kemasan yang lama dengan kemasan yang baru (kemasan yang di inovasi), narasumber yang diwawancarai adalah konsumen yang berada pada dusun jungklang, desa pamekaran, Kecamatan Banyusari, Karawang, hingga Kota Subang dan juga pemilik usaha (ibu Kusnatin). Berikut ini adalah tabel wawancara konsumen:

Aspek	Pernyataan	Tanggapan	Narasumber
		Kemasan yang baru bagus karena inovatif untuk bentuk maupun harga, jadi konsumen seperti saya dapat membeli sesuai kebutuhan saya.	Ibu Musyarofah
		Dari enam kemasan bagus karena sama-sama melindungi produk, kalau kemasan baru tampak modern, elegan, profesional dapat menjadi batu loncatan nantinya karna kemasan lama seng memungkinkan untuk masuk dalam mini market atau sejenis karna produk terlalu besar.	Ibu Kusnatin

<b>Kemasan</b>	Apa tanggapan ibu-ibu terkait dengan inovasi kemasan opak yang dibuat kemasan opak yang lama?	Menurut saya pada kemasan yang lama kurang higienis karna kemasan dari kantong plastik dan tidak ada label pasarnya, kalau untuk kemasan baru sudah higienis karna menurut beta	Zaki Rahadian
		Kalau yang kusnatin lihat dari kemasan yang baru akang terlihat modern dibandingkan yang lama, lalu informasi ada pada kemasan juga bagus, bisa komunikasi produsen lewat No telepon/medsos tercantum. Katong jua bisa kalo pengen makan katong perlu harus bali yang basar lai.	Ibu Wastiyah

Adapun hasil pencapaian pada kegiatan yang dilakukan selama 4 minggu ini adalah memberikan pemahaman terkait pentingnya pemasangan label pada setiap produk yang akan ditawarkan ke pasar, hal apa saja yang harus dilampirkan pada label kemasan dan menawarkan beberapa desain label yang unik dan terkesan simple namun dapat menonjolkan ciri khas produk tersebut.



**Gambar 11.** Penyerahan Cetak Label Kemasan Opak Kepada 3 Pelaku Usaha Sumber: Data Diolah Zaki Rahadian 2024

Pelaku usaha juga menyadari pentingnya pembuatan media sosial untuk mempermudah konsumen ketika ingin melakukan pemesanan dan agar produknya lebih dikenal dimasyarakat luas. Dua hal ini memiliki peran yang penting dalam meningkatkan daya jual, terutama untuk UMKM yang belum bisa secara maksimal membuat kemasan dan website khusus untuk produk usahanya (Sunardi Rosa, 2020).



**Gambar 12.** Penyerahan Cetak Label Kemasan Opak Kepada 3 Pelaku Usaha Sumber: Data Diolah Zaki Rahadian 2024

Berikut ini adalah hasil kombinasi antara kemasan produk standing pouch dan label yang didesain/dibuat oleh penulis:



**Gambar 13.** Penyerahan Cetak Label Kemasan Opak Kepada 3 Pelaku Usaha Sumber: Data Diolah Zaki Rahadian 2024

Pada gambar diatas merupakan hasil kombinasi antara kemasan dan label yang di desain dalam penelitian ini, kemasan dan label tersebut bertujuan untuk menginovasikan kemasan produk pada UMKM opak Ibu kusnatin yang selama ini menggunakan kresek plastik sebagai media pelindung produk/kemasan. Dikarenakan kemasan yang digunakan tidaklah profesional dalam keamanan

5338 | *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*

maupun ketahanan produk, maka penulis mengusung kemasan di atas sebagai kemasan yang baru (Alemnge & Eta, 2020). Berdasarkan wawancara dengan pemilik Usaha Opak bahwa dengan adanya pelabelan pada kemasan Opak Ibu Kusnatin dan pembuatan media sosial tersebut membuat usahanya dikenali oleh para pembelinya dan pemasarannya semakin meluas dikarenakan terpampangnya label pada kemasan UMKM Opak Ibu Kusnatin tersebut.

## **PEMBAHASAN**

Menurut (Ajabar, 2024) Masyarakat desa pamekaran yang mayoritas pendapatannya dari bertani dan UMKM, tepatnya untuk pelaku UMKM masih banyak ilmu SDM nya yang belum memanfaatkan label kemasan dan sosial media seperti menjual produknya dan memasarkan produknya melalui media sosial sehingga pendapatan yang di peroleh terbatas jika hanya menjual produknya hanya di sekitar desa. Dengan cara meningkatkan kualitas tentang sosial media maka para pelaku UMKM bisa memulai untuk bisnisnya di sosial media, jika tidak ada, sama sekali yang akan mengerti mengenai penjualan online ini maka akan kesulitan bagi pelaku UMKM di desa pamekaran untuk meningkatkan pendapatan dan meningkatkan ekonomi di desa pamekaran. Dari kegiatan kuliah kerja nyata (KKN) penulis lakukan yaitu meningkatkan kualitas produk dan ilmu SDM nya. penjualan online untuk meningkatkan kualiatns kinerja pada pelaku UMKM di desa pamekaran kecamatan banyusari. Karena masih banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan sosial media untuk meningkatkan ekonomi. Tetapi sebaliknya produk pada UMKM dengan cara sekadar pasang banner atau sebar brosur di pinggir jalan. Sehingga pendapatan yang di peroleh terbatas terhadap pelaku UMKM berkurang jika melakukan penjualan seperti itu. Menurut (Agung, 2021) Untuk kinerja pada pelaku UMKM opak kusnatin masih menggunakan cara tradisional selama puluhan tahun hingga saat ini. Menurut penuturan ibu kusnatin pelaku UMKM opak kusnatin juga sama halnya permasalahan mengenai modal usahanya yang masih kurang karena pendapatan yang terbatas. Sehingga pengaruh pada kualitas pada para pelaku UMKM di desa pamekaran yaitu mengenai permodalan dan pendapatan yang terbatas. Faktor inilah yang akan berpengaruh untuk peningkatan UMKM di desa pamekaran. Dan permasalahan yang dihadapi banyak pelaku UMKM di desa pamekaran yaitu masih belum

mengetahui manfaat penjualan melalui media sosial dan ilmu SDM untuk menambahkan pendapatan bagi pelaku UMKM di desa pamekaran. solusinya yaitu dengan memberitahu kepada pelaku UMKM di desa pamekaran mengenai cara melakukan bagaimana menjual maupun promosi dengan memanfaatkan media online dan sosial media. Menurut (Agung, 2021) Dengan adanya era digitalisasi, UMKM cemilan Opak Ibu Kusnatin dapat meningkatkan Kualitas, ilmu SDM di karenakan ilmu SDM memiliki peran penting mencapai keberhasilan UMKM Cemilan Opak Kusnatin untuk meningkatkan fasilitas produk, dan meningkatkan peralatan yang canggih dan lengkap, merupakan jaminan akan keberhasilan suatu usaha tersebut, oleh karena itu kualitas dan ilmu SDM akan bermanfaat bagi pelaku UMKM, Untuk meningkatkan kualitas produknya bagi pelaku UMKM cemilan opak kusnatin di desa pamekaran. Ibu Kusnatin berharap produk opak kusnatin dapat di kenal oleh masyarakat luas dan ia juga berharap kepada pemerintah khususnya pemerintah Kabupaten Karawang agar memberikan perhatian seperti pembinaan, pemasaran, hingga penambahan modal usahanya.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

### **1. Kesimpulan**

Dapat disimpulkan atas penelitian yang telah disebutkan, antara lain: Usaha opak ibu Kusnatin tidak pernah melakukan pemasaran secara digital dan hanya melakukan pemasaran konvensional dan penjualan secara offline, dan penulis mengadakan pemasaran secara digital dengan membuat Label Kemasan dan whatsapp yang bertujuan untuk membantu calon konsumen menemukan tempat usaha opak ibu kusnatin, membuat Instagram untuk usaha opak ibu Kusnatin menjual dan memasarkan produk. Penulis merancang dan menggunakan standing pouch ukuran 20 x 29 cm untuk menginovasikan kemasan yang digunakan oleh usaha opak ibu kusnatin, dan mengubah isi kemasan yang tadinya 25 piring/lingkaran (125 bulat) dengan berat bersih 1.850 gram ke 15 love (3 piring/lingkaran) dengan memiliki berat 200 gram. Label kemasan produk yang tidak digunakan dan tampak kosong pada kemasan, dalam penelitian ini penulis mendesain label kemasan produk dengan didasarkan pada syarat label industri rumahan, perpaduan antara warna biru, kuning, merah, jingga, putih dan hitam untuk usaha opak ibu kusnatin dapat melengkapi

kemasan produk. Dalam delapan kemasan yang baru sama dengan satu kemasan lama, keuntungan dari kemasan yang lama yaitu Rp.6.700 per kemasan dan keuntungan kemasan yang baru memiliki keuntungan yaitu Rp.6.600 per satu kemasan.

## 2. Rekomendasi

Sebagai rekomendasi untuk pelaksanaan kegiatan ini, hasil evaluasi menunjukkan perlunya mengadakan kegiatan serupa secara berkala untuk memastikan distribusi informasi yang merata kepada seluruh masyarakat, baik di Kelurahan Jungklang maupun di wilayah lainnya. Perkembangan bisnis, Dengan ini, ilmu sumber daya manusia sangat penting dalam merancang strategi bisnis kedepannya. Walaupun cara produksi suatu produk masih menggunakan cara tradisional tidak akan menjadi penghambat bisnis karena ilmu sumber daya manusia merupakan hal yang perlu diperhatikan agar bisnis tetap berjalan dan meraih keuntungan. Dengan masa digitalisasi seperti sekarang, pelaku UMKM dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia di era digitalisasi

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. (2021). *The Fundamental of Digital Marketing*. Elex Media Komputindo. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=tzc1EAAAQBAJ>
- Ajabar, S. I. P. M. M. (2024). *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi*. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=GhwZEQAAQBAJ>
- Alemnge, F., & Eta, E. R. (2020). Case Report CLASSROOM ASSESSMENT OF ESSAY WRITING, AND STUDENTS' LEARNING OF ENGLISH LANGUAGE IN SECONDARY SCHOOLS IN THE SOUTH WEST REGION OF CAMEROON. Article in *International Journal of Academic Research*, 01(08), 591–601. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/346529522>
- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio E-Kons*, 10(1), 20. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>

- Halimah, P. S. halimah. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Desa Cilimus Kecamatan Teluk Pandan Melalui Pengembangan Umkm. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, (Vol. 2 No. 1 (2023): Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB) (Edisi April)), 73–80. Retrieved from <https://tapisberseri.ubl.ac.id/index.php/jpmtapisberseri/article/view/51/32>
- Kadim, N. S. R. L. M. T. A. (2019). Implementasi Ilmu Manajemen dalam Mewujudkan Pembangunan Masjid Raya Abdul Kadim, Yayasan Ar-Rohim, Kab. Musi Banyuasin, Propinsi Sumatra Selatan. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, (Vol 1, No 1 (2019): Jurnal Abdi Masyarakat Humanis). Retrieved from <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH/article/view/3379/2666>
- Nugrahani, R. (2015). Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm, IX(2), 127–136.
- Perwitasari, D. A. (2021). Branding Produk Label Kemasan Sebagai Upaya Pengembangan Daya Tarik Pemasaran pada UMKM Rengginang di Kelurahan Pakistaji Wonoasih Kota Probolinggo. *Jurnal Abdi Panca Mara*, 2(1), 34–38. <https://doi.org/10.51747/abdipancamara.v2i1.741>
- Sunardi Rosa, N. L. (2020). Konsep Icepower (Wiramadu) sebagai Solusi Wirausaha menuju Desa Sejahtera Mandiri (DMS) pada Masa Pandemi Covid-19. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, (Vol 4, No 1 (2020): JIMF (JURNAL ILMIAH MANAJEMEN FORKAMMA)). Retrieved from <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/FRKM/article/view/8148/5257>
- Supriyanto, S., Farihanto, M. N., & Handoko, S. (2018). Pemberdayaan Kelompok Pengelola Umkm Dengan Keterampilan Go Online Untuk Meningkatkan Kualitas Pengelolaan. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 305–314. <https://doi.org/10.12928/jp.v2i2.387>

Yunita, A. R. (2023). Pelatihan Pengembangan Usaha Melalui Pembaruan Desain Label Kemasan Pada UMKM Kacang Telur di Lappacinrana Kabupaten Sinjai. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 242–247. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/509> <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/download/509/296>