



**DIKTISAINTEK
BERDAMPAK**



PELATIHAN PEMBUATAN LABEL KEMASAN DAN PEMILIHAN KEMASAN PRODUK UMKM DI KELURAHAN PENJARINGAN SARI KOTA SURABAYA



Kelompok 78

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN VETERAN JAWA TIMUR
2025**

MODUL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

PELATIHAN PEMBUATAN LABEL KEMASAN DAN PEMILIHAN KEMASAN PRODUK UMKM DI KELURAHAN PENJARINGAN SARI KOTA SURABAYA



Oleh:

ROZIANA FEBRIANITA, S.Sos, M.A

NIDN. 17219820211048

Rika Amalia Yanoan	22041010093
Bernika Sucining Tyas	22041010001
Adinda Nur Rahmah	22025010251
Audrey Cinta Amelia	22025010078
Karina Eka Wardani	22013010305
Yeremi Naftali	21043010059
Maya Anastasia	22013010120
Mukhamad Zakaria	22025010022
Putri Amaliatus Sholicha	22041010293
Indira Sahesti	22012010115

KELOMPOK 78 KKNT MBKM

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR**

SURABAYA

2025



HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Modul : Pelatihan Pembuatan Label Kemasan dan Pemilihan Kemasan produk UMKM Di Kelurahan Penjaringan Sari Kota Surabaya
2. Pemanfaatan Ipteks : Pemanfaatan Penggunaan Aplikasi Canva Dalam Membuat Desain Label dan Pengetahuan tipe jenis kemasan Sebagai Langkah Dalam Pemaksimalan Penjualan Produk
3. Nama Dosen Pembimbing Lapangan
 - a. Nama Lengkap : Roziana Febrianita, S.Sos., M.A.
 - b. NIDN : 17219820211048
 - c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
 - d. Program Studi : Ilmu Komunikasi
 - e. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 - f. ID Sinta/ /ID G-Scholar : 6649301 / <https://scholar.google.com/citations?user=SBi9rZ8AAAAJ&hl=id&oi=ao>
 - g. Nomor HP : 082139597434
 - h. Alamat e-mail : roziana.ilkom@upnjatim.ac.id
 - i. Perguruan Tinggi : UPN "Veteran" Jawa Timur
4. Lokasi Kegiatan : Kelurahan Penjaringan Sari
5. Anggota :
 1. Nama : Rika Amalia Yanoan
NPM : 22041010093
Prodi : Administrasi Publik
 2. Nama : Bernika Sucining Tyas
NPM : 22041010001
Prodi : Administrasi Publik
 3. Nama : Adinda Nur Rahmah
NPM : 22025010251
Prodi : Agroteknologi



4. Nama : Audrey Cinta Amelia
NPM : 22025010078
Prodi : Agroteknologi
5. Nama : Karina Eka Wardani
NPM : 22013010305
Prodi : Akutansi
6. Nama : Yeremi Naftali
NPM : 21043010059
Prodi : Ilmu Komunikasi
7. Nama : Maya Anastasia
NPM : 22013010120
Prodi : Akutansi
8. Nama : Mukhamad Zakaria
NPM : 22025010022
Prodi : Agroteknologi
9. Nama : Putri Amaliatus Sholicha
NPM : 22041010293
Prodi : Administrasi Publik
10. Nama : Indira Sahesti
NPM : 22012010115
Prodi : Manajemen

Surabaya, 25 Juli 2025

Menyetujui DPL



Roziana Febrianita, S.Sos., M.A
NPT. 17219820211048

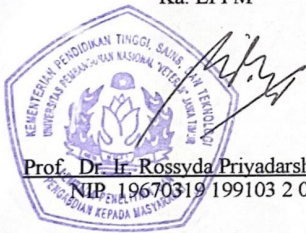
Ketua Kelompok,



Mukhamad Zakaria
NPM. 22025010022

Mengetahui,

Ka. LPPM



Prof. Dr. Ir. Rossyda Privadarshini, MP
NIP. 19670319 199103 2 00 1

Kapusdimas dan KKN



Dr. Z. Abidin Achmad, M.Si., M.Ed.
NPT. 373059901701



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan hidayah dan rahmat yang telah diberikanNya, sehingga penulis diberikan kesempatan, Kesehatan, dan kekuatan untuk melaksanakan kegiatan KKN Tematik SDGs yang dilakukan di Kelurahan Penjaringan Sari serta menyelesaikan luaran berupa modul sesuai dengan yang telah diperoleh selama kegiatan ini berlangsung.

Laporan akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program KKN Tematik SDGs dan merupakan bagian dari luaran kegiatan. Judul Modul ini disusun berdasarkan hasil survei, koordinasi, dan Focus Group Discussion (FGD). Tujuan dari pembuatan modul ini adalah untuk membantu UMKM yang ada pada wilayah Kelurahan Penjaringan Sari dalam melakukan rebranding melalui pembuatan label dan kemasan produk yang menarik agar meningkatkan daya tarik produk. Penulisan serta penyusunan modul ini dibuat setelah penulis melaksanakan kegiatan KKN Tematik SDGs Tahun 2025.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak telah memberikan dukungan dalam penyusunan laporan ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT.,IPU., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Prof. Dr. Ir. Rossyda Priyadharsini, M.P. selaku kepala LPPM UPN “Veteran” Jawa Timur,
3. Ibu Fonnyta Herfianti, SKM, selaku Lurah Penjaringan Sari serta seluruh perangkat pemerintah yang terlibat,



4. Seluruh pihak yang terkait dalam membantu penyusunan modul ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan akhir ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Akhir kata, penulis berharap laporan akhir ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 25 Juli 2025

Roziana Febrianita, S.Sos., M.A.



DAFTAR ISI

Contents

HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Lingkup	4
1.3 Tujuan.....	5
1.4 Manfaat	5
2. PELAKSANAAN KEGIATAN.....	6
2.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan	6
2.2 Jenis Kegiatan	6
2.3 Metode Pelaksanaan Kegiatan	7
2.4 Susunan acara dan Pemateri	9
2.5 Kelompok Sasaran.....	9
2.6 Denah Lokasi Pelaksanaan	10
3. Hasil dan Pembahasan	11
3.1 Pengertian Labeling dan Packaging	11
3.2 Unsur Penting Dalam Label Produk.....	16
3.3 Jenis Pengemasan	20
3.4 Pembuatan Desain Kemasan Untuk UMKM.....	21



3.5 Tips Desain Packaing Yang Menarik	26
4. PENUTUP	28
4.1 Kesimpulan.....	28
4.2 Saran	28
DAFTAR PUSTAKA	30
LAMPIRAN	31



DAFTAR GAMBAR

gambar 1. Media Sosial Mitra Dapoer Emplok Emplok	10
gambar 2. Denah Lokasi Mitra	11
gambar 3. Labeling Produk	17
gambar 4. Jenis Kemasan	20
gambar 5. Kemasan Produk Bolen Pisang.....	24
gambar 6. Diskusi Dengan Pelaku Usaha.....	24
gambar 7. Kerangka Kemasan.....	25
gambar 8. Kemasan Produk Bolen	26
gambar 9. Contoh Kemasan.....	26



DAFTAR TABEL

Table 1. Kegiatan dan Pemateri	9
--------------------------------------	---



PELATIHAN PEMBUATAN LABEL PRODUK DAN PEMILIHAN KEMASAN PRODUK UMKM DI KELURAHAN PENJARINGANSARI KOTA SURABAYA

Roziana Febrianita, Rika Amalia Yanoan, Berinika Sucining Tyas,
Adinda Nur Rahmah, Audrey Cinta Amelia, Karina Eka Wardani,
Yeremi Naftali, Maya Anastasia, Mukhamad Zakaria, Putri
Amaliatus Sholicha, Indira Sahesti

e-mail: roziana.ilkom@upnjatim.ac.id

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin ketatnya persaingan bisnis di era globalisasi saat ini membuat pengembangan produk dan pemasaran menjadi faktor penting bagi keberadaan dan pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada Kelurahan Penjaringan Sari, UMKM berperan penting untuk memajukan ekonomi dan membuka lapangan pekerjaan bagi warga setempat. Namun, banyak UMKM di Kelurahan Penjaringan Sari yang masih menghadapi tantangan dalam memperoleh visibilitas dan daya saing yang dibutuhkan untuk meningkatkan pendapatan mereka. Salah satu pendekatan yang dapat meningkatkan daya saing dan visibilitas UMKM adalah rebranding.

Rebranding merupakan strategi yang efektif untuk mengubah citra dan identitas dari sebuah bisnis agar menarik

dan relevan dengan tren pasar. Proses rebranding adalah proses menciptakan gambaran baru dan posisi baru di pikiran konsumen dari suatu brand yang sudah ada, untuk membangun brand positioning yang berbeda di mata konsumen dan kompetitor. Terdapat perbedaan di antara branding dan rebranding. Branding merupakan proses penciptaan identitas baru yang terkait dengan emosi atau perasaan identitas tertentu. Branding lebih dulu dibandingkan pemasaran dan penjualan karena pemasaran menjadi tidak efektif tanpa positioning merek yang kuat. Rebranding adalah upaya untuk mengubah atau memperbarui sebuah brand yang sudah ada agar menjadi lebih baik dengan tidak mengabaikan tujuan awal. Beberapa manfaat dari rebranding adalah membantu mendapatkan audiens dan customer baru, brand tetap relevan dengan perkembangan zaman dan membantu meningkatkan brand awareness.

Label dan kemasan pada produk UMKM dapat memegang peran yang sangat penting dalam rebranding UMKM. Hal ini karena label dan kemasan menjadi elemen visual pertama yang dilihat oleh konsumen sebelum mereka memutuskan untuk membeli produk. Tampilan luar produk merupakan kesan awal yang menentukan apakah konsumen tertarik atau tidak. Label pada produk sering kali diabaikan oleh pelaku UMKM walaupun ada peraturan yang mengatur tentang kewajiban untuk mencantumkan label pada kemasan pangan, padahal adanya label ini menjadi factor pendukung dalam melaksanakan strategi pemasaran. Label tidak hanya berfungsi sebagai identitas produk saja, tetapi juga memberikan informasi penting seperti komposisi, tanggal kedaluwarsa, legalitas produk dan sertifikasi halal. Label juga bisa menjadi saran untuk menyampaikan nilai dari produk

tersebut, contohnya adalah dengan mencantumkan slogan dan narasi singkat dari UMKM tersebut.

Kemasan juga menjadi faktor yang sangat penting bagi suatu produk. Kemasan tidak hanya digunakan untuk pelindung dari produk, tetapi juga bisa menjadi media branding untuk menarik minat konsumen. Kemasan menjadi salah satu strategi untuk menonjolkan produk agar lebih menarik dari segi bentuk dan warna sehingga kualitas produk dapat terjaga. Ketatnya persaingan produk saat ini membuat banyak pelaku UMKM sudah menggunakan kemasan yang menarik sehingga dapat meningkatkan daya tarik pembeli karena pembeli cenderung untuk melihat produk dengan kemasan yang menarik dibandingkan dengan produk kemasan yang sederhana. Oleh karena itu, strategi rebranding yang dilakukan melalui perbaikan label dan kemasan tidak hanya untuk mempercantik tampilan, tetapi juga untuk membangun citra merek yang kuat.

Banyak pelaku UMKM yang masih menghadapi beberapa kendala dalam membuat label atau menemukan kemasan yang tepat untuk produknya. Salah satu permasalahan utamanya adalah desain label yang terlalu sederhana dan kurang informatif. Banyak label produk yang hanya mencantumkan nama usaha dan jenis produk tanpa memasukkan informasi penting lainnya seperti komposisi bahan, tanggal kedaluwarsa, atau informasi kontak. Kemasan yang digunakan juga seringkali seadanya. Tidak menarik secara visual dan tidak mencerminkan kualitas produk yang sebenarnya. Hal ini membuat produk UMKM sulit bersaing dengan produk yang sudah membuat kemasan dan label yang lebih profesional. Kurangnya pengetahuan mengenai tren

desain dan jenis bahan kemasan yang sesuai juga menjadi kendala bagi beberapa pelaku UMKM yang belum paham dengan prinsip branding dan pemasaran visual.

Berdasarkan permasalahan di atas, UMKM perlu memahami dan menerapkan prinsip-prinsip dasar dalam desain label dan kemasan yang efektif. Label yang baik mencakup elemen elemen yang penting seperti logo usaha nama produk, informasi komposisi atau bahan, izin edar, dan kontak UMKM tersebut. Tata letak, pemilihan warna dan tipografi dari label tersebut juga harus disesuaikan dengan karakteristik produk dan citra usaha yang ingin dibangun. Sementara itu, kemasan produk yang baik tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga dapat melindungi produk dengan baik dan mudah digunakan oleh konsumen. Penggunaan bahan kemasan yang ramah lingkungan juga menjadi nilai tambah tersendiri. Oleh karena itu, Kelompok 78 KKN Tematik SDGs akan memberikan pelatihan dan pendampingan bagi UMKM di Kelurahan Penjaringan Sari untuk membuat label dan kemasan yang baik untuk rebranding. Pelatihan dan pendampingan ini diharapkan dapat memperbarui branding atau citra dari UMKM di Kelurahan Penjaringan Sari agar dapat meningkatkan daya tarik produk dan memperluas jangkauan pasar.

1.2 Lingkup

Kegiatan KKN Tematik SDGs ini merupakan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh kelompok yang bertujuan untuk memberikan manfaat dan memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Kelurahan Penjaringan Sari. Dalam hal ini, bentuk kegiatan pengabdian masyarakatnya adalah penyuluhan, pelatihan dan



pendampingan pada UMKM Kelurahan Penjaringan Sari. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu dan mendukung UMKM pada Kelurahan Penjaringan Sari.

1.3 Tujuan

Tujuan dari kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan identifikasi masalah yang ada pada UMKM Penjaringan Sari khususnya dalam hal label dan kemasan produk dan menemukan solusi.
- b. Memberikan pelatihan pembuatan label dan pemilihan kemasan yang sesuai dengan produk yang dijual.
- c. Melakukan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan kepada pihak UMKM yang ada pada Kelurahan Penjaringan Sari.

1.4 Manfaat

a. Bagi mahasiswa:

1. Memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memberikan kontribusi langsung kepada masyarakat.
2. Mendukung program universitas dengan melaksanakan kegiatan pembelajaran di luar kampus melalui KKN Tematik.

b. Bagi masyarakat dan pemerintah:

1. Meningkatkan wawasan masyarakat dalam membuat label dan kemasan yang menarik untuk produk UMKM.
2. Memberikan dampak peningkatan ekonomi kepada masyarakat dan pelaku UMKM.
3. Mendukung upaya pemerintah dalam program membangun desa dengan teknologi pada UMKM.

2. PELAKSANAAN KEGIATAN

2.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan Pelatihan UMKM tentang teknik labeling dan packaging berada di lingkungan RW 03 Kelurahan Penjaringan Sari. Pelaksanaan dilakukan secara offline yang dilakukan dengan mendatangi kelompok UMKM yang telah didata untuk verifikasi kebutuhan dan permasalahan yang ada pada UMKM. Pendampingan untuk peningkatan kapasitas UMKM dibagi menjadi beberapa kelompok untuk diklasifikasikan dan mempermudah dalam pemaksimalan dalam pengarahan UMKM tersebut. Kegiatan ini berlangsung mulai tanggal 10 – 23 Juli 2025.

Program ini terdapat beberapa tahapan seperti penyuluhan, pelatihan, hingga pada pendampingan untuk memberikan program yang berkelanjutan. Dalam langkah hal ini untuk mencakup teori dan pengetahuan tentang teknil label pada produk, pemilihan kemasan, pemilihan bahan yang sesuai, serta memetakan segmentasi pasar untuk kemasan yang baru. Mekanisme ini dijalankan untuk mendukung usaha yang berkelanjutan seperti penyuluhan untuk pengenalan program, pelatihan untuk praktek secara langsung dan menganalisis hasil usaha, dan pendampingan untuk pelaku usaha secara mandiri menerapkan ilmu yang didapatkan.

2.2 Jenis Kegiatan

Pada pelaksanaan kegiatan ini mempunyai tema”Pelatihan Pembuatan Label Kemasan dan Pemilihan Kemasan Produk UMKM di Kelurahan Penjaringan Sari” sebagai langkah untuk pengabdian kepada masyarakat khususnya pada pengembangan ekonomi kreatif pada wilayah

Penjaringan Sari. Pada program ini dikhususkan untuk pelaku usaha UMKM di RW 03 Kelurahan Penjaringan Sari yang difokuskan pada pengenalan tentang teknik pemberian label pada produk sebagai informasi tentang produk dan pemilihan kemasan sebagai daya tarik tambahan bukan hanya sebagai bagian dari kemasan.

Dengan adanya kegiatan ini diharapkan UMKM di RW 03 mampu menerapkan dan menghasilkan produk hasil UMKM yang menyesuaikan dengan perkembangan pasar, bukan hanya sekedar berjualan tetapi juga harus memperhatikan aspek aspek tentang usaha yang semakin menarik. UMKM ini juga mengerti tentang pemberian informasi pada produk, pemilihan kemasan, hingga pada pemaksimalan dalam segmentasi pasar produk hasil UMKM.

2.3 Metode Pelaksanaan Kegiatan

Dalam pelaksanaan kegiatan pembuatan, prosesnya dilakukan melalui rancangan pelaksanaan yang terdiri dari beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Analisis Pada Permasalahan UMKM (FGD):

- a. Melakukan pemetaan terhadap UMKM yang ada seperti pada wilayah maupun potensi yang dimiliki.
- b. Mengidentifikasi keunikan dan keunggulan produk UMKM Kelurahan Penjaringan Sari yang dapat menjadi basis branding.
- c. Meninjau juga label dan kemasan yang digunakan oleh pesaing di pasar untuk memastikan perbedaan dan daya saing yang cukup.

2. Melakukan Penyuluhan Terhadap Peningkatan Kapasitas UMKM:

- a. Melakukan penyuluhan dan pemberdayaan masyarakat khususnya UMKM di Kelurahan Penjaringan Sari
- b. Pentingnya dalam identitas produk seperti label, hingga pada kemasan yang digunakan.
- c. Diskusi mengenai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM.

3. Validasi dan Pemetaan Kebutuhan:

- a. Mengetahui tentang pemberian label awal oleh pelaku usaha
- b. Mengatahui tentang produk dan kemasan yang digunakan
- c. Diskusi tentang segmentasi pasar dan pengembangan usaha

4. Pelatihan:

- a. Melakukan edukasi mengenai teknik pemberian logo yang benar dan baik berdasarkan pada panduan.
- b. Mengenalkan aplikasi gratis dalam melakukan atau membuat desain dengan mudah seperti aplikasi canva yang nantinya UMKM dapat mendesain sendiri dengan menggunakan HP.

5. Evaluasi dan Pendampingan:

- a. Melakukan Evaluasi berkala terhadap UMKM yang telah didampingkan dan melihat respon dari konsumen terhadap logo dan banner yang telah digunakan.
- b. Meninjau dan memperbaiki jika terdapat feedback yang kurang terhadap hasil branding UMKM

2.4 Susunan acara dan Pemateri

No.	Waktu Kegiatan	Kegiatan
1.	9 Juli 2025	Penyuluhan tentang umkm dengan tema kegiatan “Belajar Bareng UMKM: Bikin Usaha Makin Menarik & Jualan Lebih Mudah Lewat Digital”
2.	10 – 15 Juli 2025	Melakukan Pelatihan UMKM dengan mekanisme datang langsung ke pelaku usaha dan melakukan kegiatan secara langsung. - Konsultasi dan pemetaan kepada UMKM melalui diskusi interaktif - Melakukan Pelatihan teknik labeling - Memberikan edukasi tentang penggunaan kemasan untuk produk - Melakukan konsultasi dengan pelaku usaha - Melakukan Pelatihan dan pengenalan aplikasi gratis canva
3.	16 – 23 Juli 2025	Pendampingan usaha untuk kemandirian mitra dalam mengimplementasikan materi yang telah didapatkan

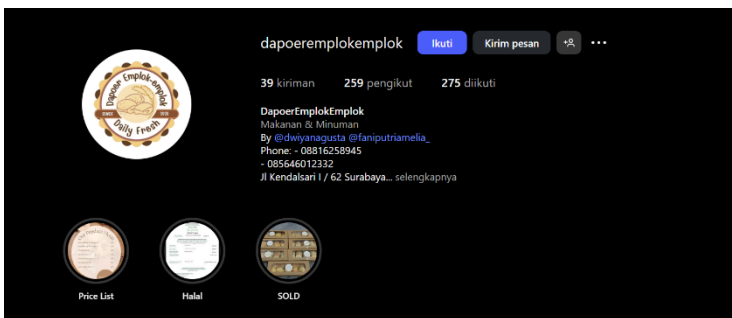
Table 1. Kegiatan dan Pemateri

2.5 Kelompok Sasaran

Sasaran utama pembuatan modul ini adalah para UMKM di RW 03 Kelurahan Penjaringan Sari yang belum mempunyai atau sudah mempunyai label dan packaging,

namun secara sederhana belum memperhatikan kaidah yang menarik dan benar dalam memaksimalkan usaha. Kelompok sasaran utama terfokuskan pada UMKM di RW ini berdasarkan pada pemetaan dan hasil kebutuhan dari beberapa UMKM. Pada kesempatan kali ini terdapat UMKM Dapoer Emplok Emplok yang merupakan usaha rumahan yang telah sejak lama berjualan produk khususnya dalam bidang makanan.

UMKM ini menjual berbagai makanan ringan, tetapi yang menjadi kekhasannya yaitu bolen pisang. Usaha ini telah menggunakan digital marketing dalam pemasaran yaitu menggunakan laman instagram.

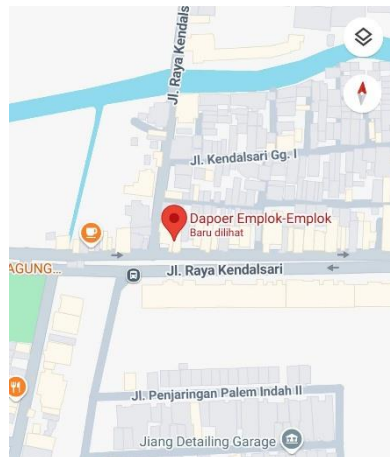


gambar 1. Media Sosial Mitra Dapoer Emplok Emplok
(Sumber : Screensout Akun Instagram)

2.6 Denah Lokasi Pelaksanaan

Kegiatan labeling dan pemaksimalan packaging berada di RW 03 Kelurahan Penjaringanarsari dilaksanakan terhitung dari tanggal 9 – 23 Juli 2025. Pelaksanaan dilakukan secara offline yang diawali dengan melakukan kegiatan penyuluhan di Balai RW 03 karena tempat strategis untuk berkumpul warga atau pengiat UMKM. Kegiatan selanjutnya yaitu pelatihan dengan mendatangi kelompok UMKM yang telah didata untuk

verifikasi kebutuhan dan permasalahan yang ada pada UMKM. Pendampingan untuk peningkatan kapasitas UMKM dibagi menjadi beberapa kelompok untuk diklasifikasikan dan mempermudah dalam pemaksimalan dalam pengarahan UMKM tersebut. Hal ini dilakukan karena menyesuaikan terhadap kebutuhan UMKM secara spesifik dan agar pada pelaku usaha dengan leluasa mengkonsultasikan usahanya dengan mudah kepada kelompok yang mendampingi. Pada usaha dapoer emplot emplot sendiri berada di alamat usaha Jl. Kendalsari 1/62 Surabaya.



gambar 2. Denah Lokasi
(Sumber : Googlemaps)

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Pengertian Labeling dan Packaging

A. Packaging Usaha Untuk UMKM

Pengemasan (packaging) secara sederhana dapat juga diartikan sebagai suatu cara untuk menyampaikan barang kepada konsumen dalam keadaan terbaik dan menguntungkan. Dalam era globalisasi saat ini, kemasan mempunyai peran yang sangat penting karena akan selalu terkait dengan komoditi yang dikemas dan sekaligus merupakan nilai jual dan citra produk. Packaging is a silent salesman. Produk merupakan gabungan antara isi dan kemasan. Banyak pihak yang mengatakan bahwa kemasan hanya merupakan sampah dan menambah beban biaya penjualan. Namun tidak demikian adanya, kemasan yang standar dapat mengangkat citra suatu produk, memberikan nilai tambah dalam penjualan dan dapat melindungi produk dengan baik.

Kemasan harus dapat memenuhi harapan konsumen. Kemasan bisa memberikan perlindungan produk dengan baik dari cuaca, cahaya/sinar, perubahan suhu, jatuh, tumpukan, kotoran, serangga, bakteri dan lain-lain. Struktur kemasan mudah dibuka, mudah ditutup dan mudah dibawa (ergonomi). Bentuk dan ukuran menarik sesuai dengan kebutuhan menciptakan daya tarik visual bagi konsumen. Bentuk fisik kemasan ditentukan oleh sifat produk itu sendiri, sistem penjualan, mekanis, display, distribusi dan segmen pasar. Labeling harus jelas dan lengkap dan disain kemasan dirancang unik dan khas sehingga tampak berbeda dengan produk lain (Alif et al., 2024).

Peran kemasan pada produk adalah

- a. Sebagai wadah yang memungkinkan diangkutnya suatu produk atau barang dari satu tempat ketempat yang lain atau dari produsen ke konsumen.
- b. Melindungi produk yang dikemas dari pengaruh cuaca, benturan, tumpukan dan lain-lain.
- c. Memberikan informasi, brand image dan sebagai media promosi dengan pertimbangan mudah dilihat, dipahami serta diingat.

Sehingga kebutuhan kemasan dalam memberi informasi menjadi bagian yang paling penting. Pemberian label dan merek pada makanan dan produk lain sangat penting sebagai pembeda terhadap pesaing. Agar desain kemasan tampil menarik dapat dikonsultasikan pada desainer kemasan. Desain kemasan harus menjadi media komunikasi antara produsen dengan calon konsumen, sehingga dalam desain kemasan perlu dicantumkan

- a. Nama produk
- b. Komposisi
- c. isi/netto.

Kemasan standar yang menarik dapat dikatakan bisa menjual dirinya sendiri. Sehingga dapat meningkatkan penjualan karena bisa memasuki ke segmen-segmen pasar yang lain. Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Kementerian Pertanian Republik Indonesia (2012) menginformasikan fungsi kemasan adalah

- a. Melindungi dan mengawetkan produk, seperti melindungi dari sinar ultraviolet, panas, kelembaban udara, benturan serta kontaminasi kotoran dan mikroba yang dapat merusak dan menurunkan mutu produk

- b. Sebagai identitas produk, dalam hal ini kemasan dapat digunakan sebagai alat komunikasi dan informasi kepada konsumen melalui merek yang tertera pada kemasan
- c. Meningkatkan efisiensi, seperti memudahkan proses penghitungan, pengiriman dan penyimpanan produk.

B. Pemberian Label Untuk Informasi Produk

1. Pengertian Label Produk

Suatu produk selain diberi merek, kemasan, juga harus diberi label. Label (labelling) adalah bagian dari sebuah produk yang berupa keterangan atau penjelasan mengenai barang tersebut atau penjualnya. Menurut Tjiptono (1997) Label adalah bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label biasanya merupakan bagian dari kemasan, atau pula merupakan etiket (tanda pengenal) yang dicantelkan pada produk. Menurut Kotler (2000) Label adalah tampilan sederhana pada suatu produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Label bisa hanya mencantumkan merek atau informasi. Menurut Kotler (2000), fungsi label adalah sebagai berikut:

1. Label mengidentifikasi produk atau merek
2. Label menentukan kelas produk
3. Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, dan bagaimana menggunakan secara aman)
4. Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik.

Sedangkan tujuan pemberian label produk yaitu:

1. Memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan
2. Berfungsi sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik.
3. Memberi petunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yang optimum. Sarana periklanan bagi produsen.
4. Memberi “rasa aman” bagi konsumen.

2. Tipe – Tipe Label

Menurut Simamora (2000), label diklasifikasikan menjadi beberapa tipe, yaitu:

1. Label produk (product label), yaitu bagian dari pengemasan sebuah produk yang mengandung informasi mengenai produk atau penjualan produk.
2. Label merek (brand label), yaitu nama merek yang diberikan pada sebuah produk atau dicantumkan dalam kemasan produk.
3. Label tingkat (grade label) mengidentifikasi mutu produk, label ini bisa terdiri dari huruf, angka atau metode lainnya untuk menunjukkan tingkat kualitas dari produk itu sendiri.
4. Label deskriptif (descriptive label) menggambarkan isi, pemakaian dan ciri-ciri produk.

Pemberian label (labeling) merupakan elemen produk yang sangat penting yang perlu diperhatikan dengan tujuan untuk menarik para konsumen. Indikator Label

3.2 Unsur Penting Dalam Label Produk

Rancangan kemasan ditentukan oleh karakteristik produk, proses produksi, jalur distribusi, segmen pasar, produk pesaing, sasaran pasar dan promosi. Kemasan juga sebagai media penandaan barang, warna kemasan mencerminkan isi, ramah lingkungan dan dapat didaur ulang. Agar tampil menarik kemasan perlu didesain sehingga sesuai dengan produk yang dikemas, sesuai dengan tingkat pemasaran yang dituju, up to date, menarik dan dapat diterima, display mudah, komunikatif dan berbeda dari produk pesaing. Desain kemasan meliputi desain bentuk dan desain grafis. Pada kemasan juga perlu ada pelabelan sebagai identifikasi, membantu penjualan produk dan pemenuhan peraturan perundang-undangan (Sandra et al., 2023).

Pemberian merek juga penting sebagai identitas, pembeda terhadap produk pesaing dan jaminan kualitas. Menurut Kementerian Negara Koperasi Dan UKM RI (2009) ada beberapa hal yang mesti tercantum dalam sebuah kemasan yaitu Nama Produk, Brand atau merek, Logo, Keterangan Tentang Bahan Tambahan Pangan, Keterangan Tentang Bahan Yang Digunakan (Komposisi), Keterangan Tentang Berat Bersih atau Isi Bersih, Keterangan Tentang Tanggal Kadaluarsa, Keterangan Tentang Nama Dan Alamat, Keterangan Tentang Kandungan Gizi, Keterangan Tentang Kode Produksi Pangan, Nomor Pendaftaran Pangan, Klaim Halal, Barcode.

Membuat desain kemasan yang unik tentunya diperbolehkan karena itu bentuk dari kreatifitas para pelaku usaha. Yang perlu diperhatikan adalah label kemasan produk pangan olahan. Karena setiap pelaku usaha pangan olahan

wajib mencantumkan label pada kemasannya. Kewajiban itu diatur dalam Pasal 2 Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan yang berbunyi:

1. Setiap orang yang memproduksi pangan olahan di dalam negeri untuk diperdagangkan dalam kemasan eceran wajib mencantumkan label.
2. Setiap orang yang mengimpor pangan olahan untuk diperdagangkan dalam kemasan eceran wajib mencantumkan label pada saat memasuki wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Menurut Peraturan BPOM tersebut, Label Pangan, paling sedikit label memuat keterangan sebagai berikut:



gambar 3. Labeling Produk
(Sumber:Google)

1. Nama produk, terdiri atas:

- a. Nama jenis pangan olahan, merupakan pernyataan atau keterangan identitas mengenai pangan olahan. Nama jenis pangan olahan harus menunjukkan karakteristik spesifik dari pangan olahan sesuai dengan kategori pangan.
- b. Nama dagang, dapat berupa gambar, kata, huruf, angka, susunan warna, dan/atau bentuk lain tersebut yang memiliki daya pembeda.

2. Daftar bahan yang digunakan

Pencantuman daftar bahan yang digunakan merupakan daftar bahan yang digunakan dalam kegiatan atau proses produksi pangan. Bahan yang digunakan itu meliputi bahan baku, bahan tambah pangan dan bahan penolong. Pencantuman daftar bahan yang digunakan harus dicantumkan dengan jujur.

3. Berat bersih atau isi bersih

Merupakan informasi mengenai jumlah pangan olahan yang terdapat di dalam kemasan atau wadah dicantumkan dalam satuan metric. Penulisan berat bersih atau isi bersih ditulis dengan:

- a. Padat ditulis menggunakan satuan milligram (mg), gram (g), kilogram (kg);
- b. Cair ditulis menggunakan satuan milliliter (ml atau mL), liter (l atau L);
- c. Semi padat ditulis menggunakan satuan milligram (mg), gram (g), kilogram (kg), milliliter (ml atau mL), liter (l atau L).

4. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor Pencantuman nama dan alamat yang memproduksi atau mengimpor harus jelas, siapa yang memproduksi atau siapa yang mengimpor.
5. Halal bagi yang dipersyaratkan Pelaku usaha yang memproduksi atau mengimpor pangan olahan yang dikemas eceran untuk diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib mencantumkan keterangan halal setelah mendapatkan sertifikat halal.
6. Tanggal dan kode produksi Tanggal dan kode produksi paling sedikit memuat informasi mengenai riwayat produksi pangan pada kondisi dan waktu tertentu. Tanggal dan kode produksi dapat dicantumkan terpisah dari keterangan pada label dan harus disertai dengan petunjuk tempat pencantuman kode produksi.
7. Keterangan kadaluarsa Keterangan kadaluarsa merupakan batas akhir suatu pangan dijamin mutunya, sepanjang penyimpanannya mengikuti petunjuk yang diberikan produsen. Sama seperti tanggal dan kode produksi, keterangan kadaluarsa juga dapat dicantumkan terpisah dari tulisan “Baik digunakan sebelum”, dan disertai dengan petunjuk tempat pencantuman tanggal kadaluarsa. Namun, ada produk yang dikecualikan dari pencantuman keterangan kadaluawarsa, yaitu roti dan kue yang mempunyai masa simpan kurang dari atau sama dengan 24 jam.
8. Nomor izin edar Pencantuman nomor izin edar pada label harus sesuai dengan nomor pendaftaran pangan yang tercantum pada izin edar. jika pangan olahan maka pada label harus dicantumkan tulisan “P-IRT”.
9. Asal usul bahan pangan tertentu Keterangan tentang asal usul bahan pangan tertentu meliputi:

- a. Asal bahan pangan tertentu yang bersumber dari hewan atau tanaman
- b. Pangan yang diproduksi melalui proses khusus.

Dari keterangan yang tercantum pada label tersebut kemudian digabungkan atau ditempelkan pada bagian kemasan dalam bentuk

1. Gambar, merupakan tiruan barang yang didesain menggunakan coretan pensil pada media kertas.
2. Tulisan, merupakan sebuah hasil dari kegiatan menulis yang diharapkan bisa untuk dibaca.
3. Kombinasi gambar dan tulisan, merupakan sebuah gabungan antara gambar dan tulisan yang dijadikan satu bagian utuh.
4. Menempel pada kemasan, yaitu sesuatu yang melekat pada sebuah kemasan (wadah suatu produk).

Pencantuman Label harus mudah dilihat serta dibaca dan tidak mudah dihapus, dilepas, dan dirusak.

3.3 Jenis Pengemasan



gambar 4. Jenis Kemasan
(Sumber : Google)

Ada beberapa jenis kemasan yaitu:

1. Kemasan Primer (consumer pack) adalah kemasan yang langsung berhubungan/bersentuhan dengan produk, biasanya ukuran relatif kecil dan disebut juga kemasan eceran. Sebagai contoh kemasan makanan ringan/snack, kemasan sachet untuk sampo, deterjen, kecap, saos tomat, mie instant, gelas plastik (cup) dan lain-lain.
2. Kemasan Sekunder (transport pack) adalah kemasan kedua yang isinya sejumlah kemasan sekunder. Jenis kemasan ini tidak langsung berhubungan/kontak dengan produk yang dikemas. Sebagai contoh kemasan karton/kardus mie instant, kemasan karton/kardus air minum dalam kemasan dan lainlain.
3. Kemasan Tersier adalah kemasan ketiga yang isinya sejumlah kemasan sekunder. Kemasan ini fungsinya untuk pengiriman lokal, antar pulau atau antar negara. Memiliki syarat tahan benturan, tahan cuaca dan berkapasitas besar. Sebagai contoh kotak karton bergelombang dan kontainer.

3.4 Pembuatan Desain Kemasan Untuk UMKM

A. Hal Yang Diperhatikan Saat Membuat Desain.

Beberapa faktor harus diperhatikan sebelum mendesain kemasan, antara lain :

1. Faktor pengamanan Kemasan harus dapat melindungi produk dari berbagai kemungkinan yang bisa menyebabkan timbulnya kerusakan barang, misalnya: cuaca, sinar matahari, jatuh, tumpukan, kuman, serangga dan lain-lain.

2. Faktor ekonomi Faktor biaya juga harus menjadi perhatian sebelum mendesain kemasan. Dengan perhitungan biaya produksi yang efektif termasuk pemilihan bahan kemasan akan membuat harga jual juga dapat dikendalikan dan terjangkau oleh konsumen.
3. Faktor pendistribusian Bentuk kemasan harus didesain mudah didistribusikan dari pabrik ke distributor sampai ke tangan konsumen. Pada tingkat distributor lebih diutamakan kemudahan penyimpanan dan pemajangan. Bentuk dan ukuran kemasan harus didesain memudahkan peletakan di rak atau tempat pemajangan.
4. Faktor komunikasi Sebuah kemasan harus bisa mengkomunikasikan produk yang dijual, menerangkan citra merek, mudah dilihat, dipahami dan diingat.
5. Faktor ergonomi Kemasan harus didesain mudah dibawa, dipegang, dibuka dan diambil agar tercapai kenyamanan pemakai produk atau konsumen. Contohnya, bentuk botol minyak goreng yang pada bagian tengahnya diberi cekungan dan tekstur agar mudah dipegang dan tidak licin bila tangan pemakainya terkena minyak.
6. Faktor estetika Daya Tarik visual pada kemasan terletak pada warna, bentuk, logo, ilustrasi, huruf, tata letak atau layout, dan maskot. Dengan pengolahan hal-hal di atas akan dapat dihasilkan desain kemasan yang mempunyai daya tarik visual secara optimal.
7. Faktor identitas Sebuah kemasan harus berbeda dengan kemasan lain agar mudah dikenali dan dibedakan dengan produk-produk yang lain.

8. Faktor promosi Kemasan merupakan silent sales person dalam hal promosi. Oleh karena itu kemasan dapat efektif menarik perhatian konsumen baru.
9. Faktor lingkungan Di masa sekarang ini masalah lingkungan merupakan hal yang perlu diperhatikan terutama kaitannya dengan kemasan.

Faktor-faktor diatas merupakan satu kesatuan yang harus diperhatikan dan saling mendukung dalam keberhasilan desain kemasan. Keberhasilan penjualan dipengaruhi oleh citra yang ditampilkan oleh kemasan dengan tujuan agar konsumen dapat memberikan reaksi spontan, dan selanjutnya akan terpengaruh dan melakukan tindakan positif, yaitu melakukan pembelian di tempat penjualan.

B. Proses Pembuatan Desain Untuk UMKM

Hal yang harus diperhatikan adalah analisis usaha umkm, kemudian kemasan awal, segmentasi konsumen yang akan dituju, serta harga kemasan. Beberapa hal ini harus diperhatikan karena akan mempengaruhi terhadap harga produk dan tujuan produk akan dijual.

- a. Analisis kebutuhan usaha UMKM dan menyesuaikan terhadap produk yang dijual sehingga dapat memaksimalkan pada penjualan produk.



gambar 5. Kemasan Produk Bolen Pisang
(Sumber:Dokumentasi Pribadi)

- b. Berdiskusi tentang beberapa desain kemasan yang cocok dan sesuai dengan bidang usaha serta memilih terhadap beberapa referensi untuk redesain kemasan.



gambar 6. Diskusi Dengan Pelaku Usaha
(Sumber:Dokumentasi Pribadi)

- c. Mengukur kebutuhan kemasan seperti panjang, lebar, dan tinggi.
- d. Menyesuaikan jenis bahan dan kemasan yang cocok seperti kardus maupun mika dll.
- e. Membuat desain awal dengan template sesuai kemasan seperti bentuk kardus, standing pouch dll.
- f. Menyesuaikan terhadap labelling produk seperti tercantum:
 - a. Logo usaha
 - b. Nama usaha
 - c. Alamat.
 - d. Media sosial
 - e. Nomor telp yang bisa dihubungi
 - f. Legalitas usaha jika punya seperti halal
 - g. Tanggal Pembuatan
 - h. Tanggal Kadaluarsa



gambar 7. Kerangka Kemasan

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- g. Hasil akhir desain disesuaikan dengan kebutuhan seperti bahan serta hasil akhir pada vendor percetakan



gambar 8. Kemasan Produk Bolen

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3.5 Tips Desain Packaing Yang Menarik



gambar 9. Contoh Kemasan

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Kemasan merupakan “pemicu” karena fungsinya langsung berhadapan dengan konsumen dengan demikian,

kemasan harus dapat memberikan impresi spontan yang mempengaruhi tindakan positif konsumen di tempat penjualan. Dengan situasi persaingan yang semakin tajam, estetika merupakan suatu nilai tambah yang dapat berfungsi sebagai “perangkap emosional” yang sangat ampuh untuk menjaring konsumen. Dengan mengetahui dasar-dasar pengetahuan tentang kemasan standar ini diharapkan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) dapat merancang dan membuat kemasan yang standar sehingga penampilan produk mereka dapat semakin menarik disamping itu juga produk UMKM dapat lebih higienis dan sehat.

UMKM juga dapat mendatangi desainer kemasan berkonsultasi jika hal tersebut diperlukan. Sehingga diharapkan dengan kemasan standar pemasaran produk UMKM semakin luas dan keuntungan juga semakin meningkat. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk menciptakan kemasan produk terbaik yang dapat memikat hati konsumen yaitu

- a. Unik dan kreatif, terlihat beda dengan kemasan produk yang lain walaupun produk sama.
- b. Sesuaikan desain kemasan dengan produk, contohnya produk keripik pisang maka desain kemasan dan tampilannya berupa gambar buah pisang atau animasi buah dan kreativitas dalam desainnya.
- c. Buat kemasan berbagai ukuran dan bentuk, tujuannya adalah agar konsumen mudah untuk membeli produk sesuai kebutuhan.
- d. Buat kemasan yang dapat didaur ulang, tujuannya agar biaya tidak mahal, ramah lingkungan dan ikut berperan menjaga kelestarian lingkungan.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Kelompok 78 KKN Tematik SDGs UPN Veteran Jawa Timur telah melaksanakan pelatihan dan pendampingan terkait rebranding melalui label dan kemasan yang menarik untuk UMKM di wilayah Kelurahan Penjaringan Sari. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pemasaran mereka agar lebih banyak diketahui oleh masyarakat luas.

Kegiatan pelatihan pemasaran digital dengan membuat foto produk dan konten digital ini merupakan bentuk kontribusi Kelompok 78 KKN Tematik SDGs dalam mendukung pengembangan UMKM di wilayah Penjaringan Sari. Adanya kegiatan branding ini diharapkan UMKM dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan serta memberikan kontribusi terhadap ekonomi sekitar.

4.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk kegiatan ini adalah untuk memerinci lebih dalam bagian analisis nilai, visi, dan misi dari UMKM Kelurahan Penjaringan Sari. Hal ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang identitas UMKM sehingga label dan kemasan produk yang dihasilkan akan lebih mencerminkan produk menarik perhatian target konsumen yang dituju. Pelibatan langsung pelaku UMKM dalam setiap proses mulai dari perencanaan, pembuatan, dan pemilihan label serta kemasan juga akan meningkatkan pemahaman mereka terhadap pentingnya kedua elemen tersebut untuk rebranding.



Strategi komunikasi yang efektif untuk memperkenalkan dan mempromosikan merek UMKM Penjaringan Sari kepada Masyarakat yang lebih luas. Contohnya adalah dengan melakukan pengujian desain label serta kemasan kepada konsumen potensial untuk mendapatkan masukan terhadap kejelasan informasi, kesesuaian pemilihan kemasan dengan produk yang dijual. Terakhir, menjalin kemitraan dengan Lembaga atau instansi terkait memberikan pelatihan dan pendampingan lanjutan kepada UMKM. Hal ini akan membantu UMKM dalam memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang lebih luas dalam mengelola dan memasarkan produk mereka. Penting juga untuk terus melakukan pemantauan dan evaluasi terhadap implementasi branding dan kemasan produk yang telah dirancang serta melakukan perbaikan atau penyempurnaan sesuai dengan umpan balik dari konsumen dan pasar.



DAFTAR PUSTAKA

Alif, M., Ahsani, A. S., Maulidia, A., Putri, A. S., Al Rizky, F., Rosalia, C., Satria, D., & Kartika, Y. (2024). PELATIHAN DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM DI DESA GALENGDOWO, KECAMATAN WONOSALAM. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 4, Issue 2). https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index

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.

Rizianiza, I., Mungil, D., & Idhil, A. (2021). Peningkatan Pemahaman Tentang Kemasan Pada UMKM Pengolah Rumput Laut. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 5(1), 144-152.

Sandra, E., Hendri, A., Leindarita, B., Hasina, Q., Putri Ramadhani, G., Octaviani, A., Ayati, Z., Studi Akuntansi dan Manajemen, P., Ekonomi, F., & Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang, S. (2023). PACKAGING LABELING DAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UKM GULAJAHE DESA GUNUNG KIJANG. *Community Developm Ent Journ Al*, 4(2), 4144-4148.

Santoso, B., & Ardiyansyah, A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Re-Branding UMKM Di Kelurahan Kepanjenkidul Kota Blitar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(3), 50-62.

LAMPIRAN

1. Surat Kesiediaan Kerjasama Mitra (tanda tangan mitra, atau meterai Rp10.000 dengan tanda tangan mitra).

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN KERJASAMA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fonnya Herfianti, S.K.M
 Tempat Tanggal Lahir : Jombang, 17 Februari 1977
 Nama organisasi/perusahaan : Kelurahan Penjaringan Sari, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya
 Jabatan : Lurah
 Alamat : Jl. Kendalsari Selatan No.28, Penjaringan Sari, Kec. Rungkut, Surabaya
 Nomor telepon (seluler) : 081331990804

Dengan ini saya menyatakan bahwa Kelurahan Penjaringan Sari, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya bersedia bekerjasama dengan Tim :

Nama Dosen Pembimbing : Roziana Febrianita, S.Sos., M.A
 Lapangan
 Nama Lembaga : UPN "VETERAN" JATIM
 Alamat : Jl. Raya Rungkut Madya, Gununganyar, Surabaya
 Nomor telepon (seluler) : 082139597434

Dalam melaksanakan program KKN Tematik Bela Negara SDGs dengan judul:

STRATEGI BRANDING DAN DIGITALISASI TERPADU UNTUK MENDORONG PERTUMBUHAN UMKM DI KELURAHAN PENJARINGANSARI, KECAMATAN RUNGKUT, KOTA SURABAYA, JAWA TIMUR

Dari Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, dengan kontribusi Kerjasama dalam bentuk *in kind* berupa lokasi usulan yang dijadikan tempat program pengabdian masyarakat.

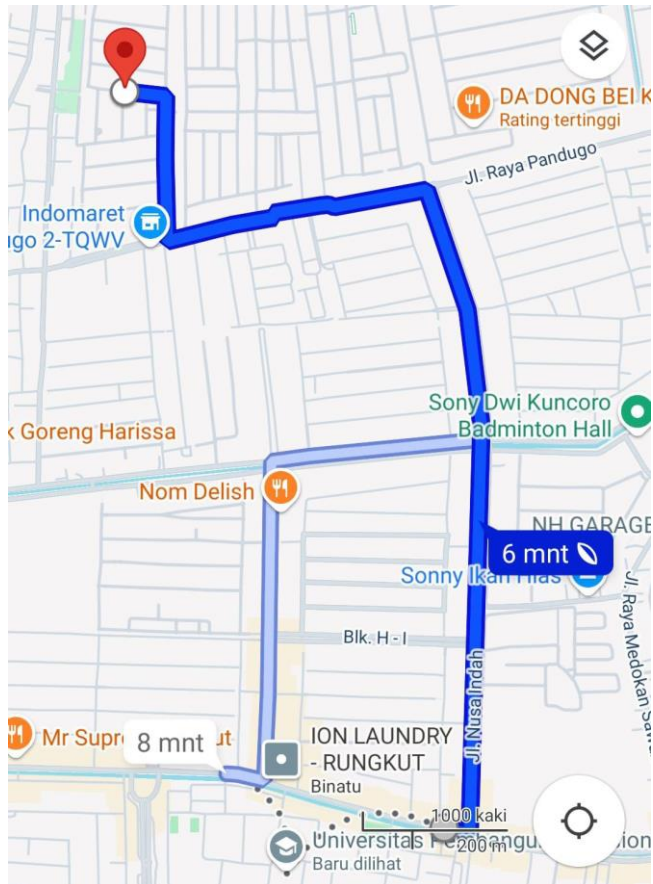
Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun

Surabaya, 21 Juli 2025
 Yang membuat pernyataan



Fonnya Herfianti, S.K.M
 NIP.197702172006042020

2. Peta Jarak Lokasi dari kampus UPN Veteran Jawa Timur (google maps)



3. Pelaksanaan Kegiatan



Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan



Hasil Redesain Usaha Bolen



**DIKTISA INTEK
BERDAMPAK**



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
JL.RAYA RUNGKUT MASDYA GUNUNG ANYAR, SURABAYA 60294
WWW.LPPM.UPNJATIM.AC.ID EMAIL:LPPM@UPNJATIM.AC.ID