

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

Teori-teori yang mendukung dalam penelitian ini meliputi konsep Pelatihan *Packaging* dan *Labelling* Produk Usha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

2.1.1 Konsep Pelatihan

a. Pengertian Pelatihan

Pelatihan adalah bagian dari pendidikan yang merupakan sarana pembinaan dan pengembangan karir serta salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia sesuai dengan kebutuhan pekerjaan. Para ahli banyak berpendapat tentang definisi pelatihan, akan tetapi berbagai pendapat tersebut pada prinsipnya tidak jauh berbeda.

Menurut Undang-undang RI Nomor 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan disebutkan bahwa pelatihan kerja diselenggarakan dan diarahkan untuk membekali, meningkatkan dan mengembangkan kompetensi kerja guna meningkatkan kemampuan, produktivitas dan kesejahteraan. Menurut Priyono (2008, hlm.113) menjelaskan bahwa pelatihan adalah pengembangan keterampilan, baik keterampilan teknik maupun non teknik yang mampu menjadikan seseorang menjadi terampil dalam bidang tertentu yang diinginkan dan mengerti tata cara kerja dan peraturan kerja, keselamatan kerja serta diselenggarakan dalam waktu yang singkat dan lebih mengutamakan praktek dari pada teori.

Selanjutnya menurut Bedjo Siswanto dalam Lulu Yuliani (2020, hlm.20) mengemukakan bahwa pelatihan adalah manajemen pendidikan dan pelatihan secara menyeluruh mencakup fungsi yang terkandung di dalamnya, yakni perencanaan, pengaturan pengendalian dan penilaian kegiatan umum maupun latihan keahlian, serta pendidikan dan latihan khusus bagi para pegawai pengaturannya meliputi kegiatan formulasi, kebutuhan pemberian *service* yang memuaskan, bimbingan, perijinan dan penyalaan.

Lebih lanjut menurut Wiwin Herwina (2021, hlm.4) mengemukakan bahwa pelatihan merupakan suatu proses pembelajaran jangka pendek menggunakan prosedur yang sistematis serta teroganisir, dimana personil non manajerial menekuni keahlian serta pengetahuan teknis buat tujuan tertentu.

b. Tujuan Pelatihan

Menurut Suparyadi (2015, hlm.184) pelatihan memiliki beberapa tujuan, yaitu sebagai berikut:

1) Meningkatkan produktivitas

Karyawan yang menguasai pengetahuan dan memiliki keterampilan di bidang pekerjaannya, akan mampu bekerja dengan lebih baik daripada karyawan yang kurang menguasai pengetahuan dan tidak memiliki keterampilan di bidang pekerjaannya.

2) Meningkatkan efektivitas dan efisiensi

Penguasaan pengetahuan dan meningkatkan keterampilan yang sesuai dengan bidang pekerjaannya yang diperoleh karyawan dari suatu program pelatihan, akan membuat mereka mampu bekerja secara lebih efektif dan efisien.

3) Meningkatkan daya saing

Karyawan yang terlatih dengan baik tidak hanya berpeluang mampu meningkatkan produktivitas, tetapi juga akan mampu bekerja semain efektif dan efisien sehingga dapat meningkatkan daya saing perusahaan. Bekerja secara efektif berarti mampu menghasilkan produk yang standar sesuai dengan keinginan pelanggan, dan secara efisien berarti dalam menghasilkan jumlah produk yang sama karyawan ini menggunakan sumber daya yang lebih sedikit.

Kemudian menurut Ambar T. Sulitayani dan Rosidah (2003, hlm.177) ada berbagai manfaat pelatihan, yaitu:

1) Meningkatkan kualitas dan produktivitas.

2) Menciptakan sikap loyalitas dan kerjasama yang lebih menguntungkan.

3) Memenuhi kebutuhan perencanaan sumber daya manusia.

Untuk mengetahui apakah program pelatihan telah berhasil dan dapat meningkatkan kinerja peserta pelatihan dan meningkatkan kualitas lembaga

dapat diketahui dari reaksi peserta, hasil belajar, perilaku dalam pekerjaan dan hasil pekerjaan. Berdasarkan paparan tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tujuan pelatihan adalah untuk meningkatkan keterampilan seseorang serta meningkatkan pengetahuan dan adanya perubahan sikap dan perilaku setelah mengikuti pelatihan.

c. Prinsip-prinsip Pelatihan

Dalam proses pelatihan mestinya harus tetap memperhatikan prinsip-prinsip pembelajarn. Prinsip pelatihan akan memberi arah bagi cara-cara seseorang (peserta pelatihan) untuk belajar efektif dalam kegiatan pelatihan. Berhubungan dengan prinsip pelatihan ini, Soenarto dalam Lulu Yuliani (2016, hlm.23) mengemukakan beberapa prinsip yang melandasi penyelenggaraan pelatihan diantaranya:

- 1) Setiap organisasi bertanggungjawab meningkatkan kemampuan karyawan.
- 2) Pengetahuan dan keterampilan kerja yang dapat dipelajari dan dapat dihayati pada situasi yang nyata.
- 3) Pelatihan mendukung fungsi dan misi organisasi.
- 4) Kinerja tutor pasca pelatihan merupakan tolak ukur keberhasilan program Diklat.
- 5) Pelatihan bertujuan mengatasi kesenjangan kemampuan baik kemampuan managerial bagi para pemimpin, *supervise* bagi para pengawas, dan kemampuan keterampilan-keterampilan operasional para teknisi.
- 6) Disampingkan meningkatkan kemampuan, program pelatihan hendaknya mempunyai dampak meningkatkan kerja organisasi, meningkatkan kesejahteraan dan kepuasan kerja karyawan.
- 7) Perbedaan individu *trainee* merupakan dasar dalam perencanaan, pengelompokkan dan pelaksanaan pelatihan.
- 8) Penelitian kelas merupakan pendekatan penting dalam pelaksanaan pelatihan.
- 9) Penyelenggaraan pelatihan hendaknya ditangani oleh tenaga yang memiliki kompetensi didukung oleh fasilitas yang memadai dan diberikan dengan

metode yang tepat, kerjasama dengan instansi lain untuk memanfaatkan potensi yang ada didasarkan pada analisis *cost effectiveness*.

JR. Werther dalam Lulu Yuliani (2016, hlm. 24) menjelaskan, bahwa prinsip pembelajaran yang dapat diaplikasikan dalam proses pelatihan adalah *participant, repetition, relevance, transference* dan *feedback*. Prinsip partisipasi berhubungan dengan seberapa besar peserta pelatihan terlibat dalam secara aktif. Partisipasi yang tinggi akan mempermudah penyampaian materi, sedangkan bagi peserta pelatihan keterlibatannya secara penuh dalam pembelajaran akan meningkatkan pemahaman terhadap materi yang disampaikan. Prinsip repetisi dalam pembelajaran akan menguatkan suatu pola pemahaman ke dalam memori seseorang. Prinsip relevansi mengandung maksud bahwa, pelatihan akan bermakna apabila sesuai dengan kebutuhan peserta. Prinsip pengalihan pengetahuan dan keterampilan mengandung makna, bahwa pengetahuan dan keterampilan akan cepat ditransfer pada peserta pelatihan apabila materi bisa diterapkan dalam situasi nyata, seperti penggunaan metode simulasi dan bermain peran. Prinsip belajar yang terakhir adalah umpan balik, yang mengandung maksud bahwa dengan sistem umpan balik peserta dapat mengetahui tercapai atau tidaknya tujuan pelatihan, artinya bahwa apakah pelatihan yang dilaksanakan sudah berubah dan meningkatkan perubahan pengetahuan, keterampilan, kepribadian dan sikap atau belum. Apabila belum, mereka termotivasi untuk menyesuaikannya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa prinsip-prinsip pembelajaran tersebut akan memberi arah, bagaimana seseorang atau peserta pelatihan untuk lebih bisa belajar efektif dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan. Penerapan prinsip-prinsip tersebut diarahkan agar tujuan pelatihan dapat tercapai dengan baik.

d. Jenis-jenis Pelatihan

Menurut Simamora (2006, hlm.278) mengemukakan jenis-jenis pelatihan yang dapat digunakan adalah pelatihan keahlian, pelatihan ulang, pelatihan lintas fungsional, pelatihan tim dan pelatihan kreatifitas.

1) Pelatihan keahlian

Pelatihan keahlian (*skills training*) merupakan pelatihan yang sering dijumpai didalam organisasi. Program pelatihannya relatif sederhana: kebutuhan atau kekurangan diidentifikasi melalui penilaian yang jeli. Kriteria penilaian efektifitas pelatihan juga berdasarkan pada sasaran yang diidentifikasi dalam tahap penilaian.

2) Pelatihan ulang

Pelatihan ulang (*retraining*) adalah subset pelatihan keahlian. Pelatihan ulang berupaya memberikan kepada para karyawan keahlian-keahlian yang mereka butuhkan untuk menghadapi tuntutan kerja yang berubah-ubah. Seperti tenaga kerja instansi pendidikan yang biasanya bekerja menggunakan mesin ketik manual mungkin harus dilatih dengan mesin komputer atau akses internet.

3) Pelatihan Lintas Fungsional

Pelatihan lintas fungsional (*cross functional training*) melibatkan pelatihan karyawan untuk melakukan aktivitas kerja dalam bidang lainnya selain dari pekerjaan yang ditugaskan.

4) Pelatihan Tim

Pelatihan tim merupakan pelatihan bekerjasama terdiri dari sekelompok individu untuk menyelesaikan pekerjaan demi tujuan bersama dalam sebuah tim kerja.

5) Pelatihan Kreatifitas

Pelatihan kreatifitas (*creativity training*) berlandaskan pada asumsi bahwa kreativitas dapat dipelajari. Naksudnya tenaga kerja diberikan peluang untuk mengeluarkan gagasan sebebas mungkin yang berdasar pada penilaian rasional dan biaya.

e. Faktor Pendukung dan Penghambat Program Pelatihan

Keberhasilan dari suatu program pelatihan ditentukan oleh 5 komponen yaitu:

- 1) Sasaran pelatihan, setiap latihan harus mempunyai sasaran yang jelas yang dapat diamati dan diukur kedalam perilaku-perilaku supaya bisa diketahui efektivitas dari pelatihan itu.
- 2) Pelatih atau tutor, pelatih atau tutor harus mengajarkan bahan-bahan atau materi pelatihan dengan metode tertentu sehingga peserta akan memperoleh pengetahuan keterampilan dan sikap yang diperlukan dengan sasaran yang ditetapkan.
- 3) Materi atau bahan bahan pelatihan, materi atau bahan bahan pelatihan harus disusun berdasarkan sasaran pelatihan yang ditetapkan sehingga para peserta pelatihan akan lebih mudah untuk menangkap dan memahami materi yang disampaikan.
- 4) Metode pelatihan, setelah bahan atau materi pelatihan ditetapkan maka langkah berikutnya adalah menyusun metode latihan yang tepat. Metode yang dilakukan haruslah metode yang mudah dipahami dan dimengerti oleh peserta pelatihan.
- 5) Peserta, peserta merupakan komponen yang cukup penting sebab keberhasilan suatu program pelatihan tergantung juga pada pesertanya.

Kemudian terdapat faktor penghambat yang harus dihindari dan juga diminimalisir yaitu:

- 1) Teori dengan praktek tidak sejalan artinya teori yang diberikan tidak bisa dipraktikkan pada saat menjalankan tugas-tugas yang dilakukan.
- 2) Perubahan perilaku tidak bisa diukur secara Pasti karena materi yang diberikan tidak memenuhi standar.
- 3) Kondisi lingkungan tidak kondusif untuk dimanfaatkan dalam pelatihan dan tidak bisa menunjang kinerja *behaviors* yang diperlukan dalam pelatihan.
- 4) Sumber-sumber yang diperlukan dalam kegiatan pelatihan tidak memadai, baik sumber finansial (keuangan) maupun non finansial (sumber daya manusia fisik dan teknologi).

- 5) Pengembangan organisasi dianggap bisa dilakukan melalui kegiatan non pelatihan, misalnya perubahan kebijakan dan pengembangan proyek-proyek tertentu.
- 6) Sasaran (*learners*) tidak memiliki motivasi untuk mencapai kinerja yang diharapkan serta tidak mempunyai kemampuan untuk mengikuti materi pelatihan yang diberikan.

f. Perencanaan Pelatihan

Waterson dalam Sudjana (2010, hlm. 55) mengemukakan bahwa pada hakekatnya perencanaan merupakan usaha sadar, terorganisasi, dan terus menerus dilakukan untuk memilih alternatif yang terbaik dari sejumlah alternatif tindakan guna mencapai tujuan. Perencanaan bukan kegiatan yang tersendiri melainkan merupakan suatu bagian dari proses pengambilan keputusan yang kompleks. Karena itu Schaffer dalam Sudjana (2010, hlm. 55) menjelaskan bahwa apabila bicara mengenai perencanaan, kegiatan ini tidak akan terlepas dari hal-hal yang berkaitan dengan proses pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan tersebut dimulai dengan perumusan tujuan, kebijaksanaan, dan sasaran secara luas, yang kemudian berkembang pada tahapan pencapaian tujuan. Kebijaksanaan dalam perencanaan lebih rinci berbentuk program untuk dilaksanakan.

Menurut Sudjana dalam Kamil (2007, hlm.17) terdapat sepuluh langkah pengelolaan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Rekrutmen peserta pelatihan.
- 2) Identifikasi kebutuhan belajar, sumber belajar dan kemungkinan hambatan.
- 3) Menentukan dan merumuskan tujuan pelatihan.
- 4) Menyusun alat evaluasi awal dan evaluasi akhir.
- 5) Menyusun kegiatan pelatihan.
- 6) Pelatihan untuk pelatih.
- 7) Melaksanakan evaluasi bagi peserta.
- 8) Mengimplementasikan pelatihan.
- 9) Evaluasi.

10) Evaluasi program pelatihan.

Kemudian Langerman dan Smith dalam Sudjana (2010, hlm. 58) mengemukakan lima langkah perencanaan strategis yaitu:

- 1) Penetapan tujuan dari lembaga (bagaimana cara untuk memberikan pelayanan pada Klien).
- 2) Menetapkan kekuatan lembaga (bagaimana cara kerja yang baik serta mengapa dilakukan).
- 3) Penetapan kenyataan dan potensi dari klien (bagaimana sasaran dilayani, apa yang seharusnya dilakukan serta sejauh mana kita memahami harapan mereka).
- 4) Penetapan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi Lembaga (sumber-sumber yang dibutuhkan dari lembaga dan masyarakat).
- 5) Pengembangan dan operasional kegiatan (apa yang seharusnya dilaksanakan dalam pemrograman, staffing dan pemasaran serta apakah semua itu bisa didanai).

Sementara Coombs dan Manzoor Ahmed dalam Sudjana (2010, hlm, 59) merumuskan tujuh langkah yang dilakukan pada tahap perencanaan, yakni sebagai berikut:

- 1) Mengadakan diagnosa mengenai keadaan umum.
- 2) Mengadakan diagnosa ciri-ciri khas serta kebutuhan yang realistis dan minat dikalangan kelompok calon peserta potensial.
- 3) Membuat rincian tugas mengenai tujuan pengajaran, termasuk urutan prioritas serta jadwal yang tepat, golongan klien yang akan dilayani.
- 4) Identifikasi kegiatan lain dalam bidang pendidikan yang masih dalam tahap perencanaan ataupun pada tingkat lebih tinggi.
- 5) Investasi serupa berkenaan dengan faktor-faktor dan jasa-jasa luar pendidikan yang ada relevansinya serta rencana dan tujuan pembangunan dalam makna luas berlaku terhadap daerah yang sama, yang patut dikaitkan kepada kegiatan pendidikan yang baru agar ia dapat memberi sumbangan.sebesar mungkin kepada usaha pembangunan.

- 6) Menginventarisasi segala faktor tetap dalam bidang sosial, ekonomi, kelembagaan, administrasi atau politik yang dapat menunjang atau sebaliknya menghambat daya guna program yang baru.
- 7) Mengidentifikasi kebijakan dan urutan prioritas nasional yang dapat mempengaruhi daya guna program yang baru.

g. Pelaksanaan Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan merupakan implementasi dari rencana yang telah dibuat yang merupakan salah satu faktor utama dan sangat mempengaruhi terhadap efektifnya program pelatihan. Oleh karena itu, pelaksanaan hendaknya dilakukan sesuai dengan ketentuan, aturan dan persyaratan pelaksanaan pelatihan, sehingga hasil pelatihan bisa efektif, berdaya guna, bermanfaat sesuai dengan sasaran yang diharapkan. Kemudian pelaksanaan juga merupakan kegiatan untuk mewujudkan rencana menjadi sebuah tindakan nyata dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien.

Dalam setiap pelaksanaan pelatihan, penggunaan dan penetapan waktu yang digunakan benar-benar fleksibel dan selektif mungkin dengan mempertimbangkan keperluan yang dibutuhkan. Upaya pencapaian tujuan yang telah ditetapkan tentunya tidak terlepas dari berbagai cara yang digunakan, cara tersebut merupakan metode pembelajaran dalam pelatihan. Abdulhak (2000, hlm. 43) mendefinisikan metode pembelajaran dalam pelatihan prosedur yang teratur dan sistematis untuk membelajarkan peserta pelatihan dalam mencapai tujuan belajar yang ditetapkan. Kedudukan metode belajar dalam pelatihan tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan materi pelatihan saja, tetapi juga termasuk mengelola kegiatan pembelajaran, sehingga pelatihan dapat belajar dengan baik untuk mencapai tujuan secara tepat.

Menurut Sudjana (2010, hlm.35) menjelaskan bahwa pengaruh (*outcomes*) kegiatan nonformal meliputi :

- 1) Perubahan serta peningkatan pengetahuan, perilaku dan sikap yang ditandai dengan berubahnya pengetahuan, berpikir kritis dan meningkatnya keterampilan.
- 2) Membelajarkan orang lain terhadap hasil belajar yang telah dimiliki dan dirasakan manfaatnya oleh lulusan.
- 3) Peningkatan partisipasi dalam kegiatan sosial dan atau pembangunan masyarakat dalam wujud partisipasi buah pikiran, tenaga dan harta benda. Kemudian menurut Sudjana (2007, hlm. 198) memaparkan bahwasannya pelaksanaan pembelajaran dalam pelatihan dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Pembinaan keakraban sebelum kegiatan pembelajaran, hal ini dimaksudkan hambatan psikologis peserta pelatihan dapat diminimalisir.
- 2) Identifikasi kebutuhan, aspirasi dan potensi peserta pelatihan. Fungsinya untuk menyempurnakan kebutuhan dan memenuhi peserta pelatihan.
- 3) Penetapan kontrak belajar, yaitu perjanjian tertulis yang dibuat oleh peserta pelatihan. Isi format kontrak mencakup komitmen peserta pelatihan untuk mengikuti semua kegiatan pelatihan yang diberikan.
- 4) Tes awal peserta pelatihan, berfungsi untuk mengetahui kompetensi awal peserta.
- 5) Proses pembelajaran dalam pelatihan meliputi : materi, metode dan teknik.
- 6) Tes akhir peserta pelatihan, berfungsi untuk membandingkan antara perubahan kompetensi awal sebelum mengikuti pelatihan dan sesudah mengikuti pelatihan

h. Evaluasi Pelatihan

Penilaian merupakan salah satu unsur terpenting dalam setiap pelatihan, penilain untuk mengetahui apakah tujuan pelatihan sudah tercapai, pelaksanaan

sudah sesuai dan dampak yang ditimbulkan seperti apa setelah program pelatihan diselesaikan.

Menurut S. Mappa dan A. Basleman (1994, hlm. 112) mengemukakan aspek-aspek yang dinilai dalam pelatihan adalah komponen program dan penyelenggaraan program. Komponen program meliputi masukan, proses, dan hasil program. Sedangkan penyelenggaraan program mencakup kelembagaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengembangan, efisiensi ekonomik dampak program.

Sudjana (2007, hlm. 211) mengemukakan bahwa dalam pelatihan terdapat tiga tahapan perubahan perilaku peserta pelatihan yang dievaluasi. Ketiga tahapan perubahan itu adalah sebagai berikut:

- 1) Tahap pertama adalah pengukuran tentang sejauh mana keluaran (*output*) pelatihan berupa perubahan perilaku peserta pelatihan dalam ranah (domain) keterampilan (skill atau psikomotorik), pengetahuan (kognitif) dan sikap serta nilai (afektif) tertentu sesuai dengan tujuan pelatihan. Perubahan perilaku peserta pelatihan ini dapat diukur pada saat sebelum pelatihan dimulai, sewaktu pelatihan sedang berlangsung, dan atau pada saat pelatihan selesai.
- 2) Tahap kedua adalah pemantauan (observasi) terhadap penampilan para peserta atau lulusan pelatihan setelah mereka kembali ke masyarakat atau setelah memasuki kembali lembaga tempat dimana mereka bertugas atau bekerja. Pemantauan ini digunakan untuk mengukur sejauhmana penggunaan perolehan belajar selama pelatihan pada kegiatan atau tugas pekerjaannya. Kegiatan pemantauan ini adalah sebagai kelanjutan dari evaluasi tahap pertama. Melalui pemantauan dapat diketahui sejauhmana para lulusan dapat memanfaatkan hasil pelatihan dalam lingkungan kehidupan dan pekerjaannya.
- 3) Tahap ketiga adalah pengukuran tentang pengaruh (*outcome*) pelatihan pada lembaga dan masyarakat. Pengaruh terhadap Lembaga penyelenggara pelatihan berkaitan dengan nilai-nilai yang diperoleh lembaga tersebut setelah menyelenggarakan program pelatihan. Nilai pelatihan, biaya

pelatihan, investasi dalam bentuk pelatihan, dan umpan balik tentang pelatihan bagi lembaga, dan lain sebagainya. Demikian pula staf atau masyarakat yang mungkin menjadi layanan para peserta atau lulusan program pelatihan perlu dievaluasi untuk mengetahui sejauhmana mereka telah memperoleh dampak positif berupa nilai-nilai peningkatan kemampuan dan perubahan masyarakat serta sejauhmana adanya timbal balik antara Lembaga penyelenggara pelatihan dengan masyarakat.

Penyelenggara dan pelatih program pelatihan perlu menyadari bahwa evaluasi adalah kegiatan berkelanjutan. Kegiatan dan hasil evaluasi sangat bermanfaat bagi penyelenggara, pelatih, dan pengelola program pelatihan, serta peserta atau lulusan program pelatihan. Salah satunya prinsip pembelajaran yang dikemukakan Thorndike "*low of effect*" menyatakan bahwa setiap pihak yang terkait dengan pelatihan memerlukan umpan balik yang berkelanjutan sebagai motivasi untuk pengelolaan program pelatihan selanjutnya.

Menurut Sudjana (2007, hlm. 206), tes akhir dilakukan dalam setiap mata latihan dan dalam gabungan semua mata latihan yang tercantum dalam kurikulum pelatihan. Format tes akhir dapat serupa dengan format tes awal peserta penyajian atau berupa modifikasi materi dalam format tes awal, namun bobot informasi dan hasilnya sama. Hasil tes akhir dan tes awal setiap mata latihan dan atau semua mata latihan dapat dibandingkan dengan menganalisis perbedaan kedudukan dan hasil setiap mata latihan dan seluruh materi latihan.

2.1.2 Packaging

a. Pengertian *Packaging*

Fitri Rahmawati (2013, hlm.2) mendefinisikan pengemasan merupakan salah satu cara untuk melindungi atau mengawetkan produk pangan maupun non-pangan. Kemasan adalah suatu wadah atau tempat yang digunakan untuk

mengemas suatu produk yang dilengkapi dengan label atau keterangan-keterangan termasuk beberapa manfaat dari isi kemasan. Swatha dalam Suwanto (2015, hlm.5) mengartikan pembungkusan (*packaging*) adalah kegiatan-kegiatan umum dan perencanaan barang yang melibatkan penentuan desain pembuatan bungkus atau kemasan suatu barang.

Kemudian menurut Fitria Halim (2021, hlm. 55) menjelaskan bahwasannya *Packaging* adalah suara produk, sekaligus penjual yang diam. Ini adalah promosi penjualan pertama produk, yang merupakan kunci penting untuk posisi pasarnya.

b. Jenis-jenis *Packaging*

Seperti yang kita ketahui bahwasannya setiap produk pasti memiliki kemasan (*packaging*) yang berbeda. Berikut jenis-jenis kemasan dari setiap produk berdasarkan struktur isi, frekuensi pemakaian dan tingkat kesiapan pakai.

1) Berdasarkan struktur isi kemasan, yakni:

- a) Primer. Yakni bahan kemas langsung dari bahan pangan, seperti kaleng susu botol, minuman dan lain-lain.
- b) Sekunder. Kemasan yang fungsi utamanya melindungi kelompok kemasan lainnya, seperti misalnya kotak karton untuk wadah kaleng, susu kotak kayu untuk wadah buah-buahan yang dibungkus dan lain sebagainya.
- c) Tersier dan kuartar. Yakni kemasan yang diperlukan untuk menyimpan pengiriman atau identifikasi, kemasan tersier umumnya digunakan sebagai pelindung selama pengangkutan.

2) Berdasarkan frekuensi pemakaian, yakni:

- a) Kemasan sekali pakai (*disposable*). Yakni kemasan yang langsung dibuang setelah satu kali pakai, contohnya bungkus plastik, bungkus permen, bungkus daun, karton dus dan makanan kaleng.

- b) Kemasan yang dapat dipakai berulang kali (*multi-trip*). Yakni kemasan jenis ini umumnya tidak dibuang oleh konsumen, akan tetapi dikembalikan lagi pada agen penjual untuk kemudian dimanfaatkan ulang oleh pabrik. Contohnya botol minuman dan botol kecap.
 - c) Kemasan yang tidak dibuang (*semi disposable*). Yakni kemasan ini biasanya digunakan untuk kepentingan lain di rumah konsumen setelah dipakai. Contohnya kaleng biskuit, kaleng susu dan berbagai jenis botol lainnya.
- 3) Berdasarkan tingkat kesiapan pakai kemasan dibagi menjadi dua jenis, yakni:
- a) Kemasan siap pakai. Yakni bahan kemas yang siap untuk diisi dengan bentuk yang telah sempurna sejak keluar dari pabrik. Contohnya ialah wadah botol wadah kaleng dan sebagainya.
 - b) Kemasan siap dirakit. Yakni kemasan yang masih memerlukan tahap perakitan sebelum pengisian, misalnya kaleng dalam bentuk lempengan dan silinder fleksibel wadah yang terbuat dari kertas foil atau plastik.

c. Tips dan Cara *Packaging*

Ada beberapa hal yang mesti di persiapkan sebelum melakukan *Packaging*:

1) Membuat Desain Kemasan yang Unik

Yang pertama adalah dengan membuat desain kemasan yang unik. Salah satu poin penting yang ada dalam membangun kemasan atau bungkus adalah dengan membuat dan mendesainnya secara unik, inovatif serta berbeda dari produk yang lain. Kemasan yang unik ini, tentu sangat efektif dalam menarik minat konsumen atau pelanggan dan seringkali dapat membuat mereka bertanya-tanya.

2) Desain Kemasan Sesuai Target *Market* atau Pasar

Desain kemasan atau bungkus yang di pakai, hendaknya diadaptasi dengan target *market* atau pasar.

3) Membuat Kemasan dengan Beberapa Ukuran

Jika barang atau produk yang dijual adalah merupakan produk yang baru, sebaiknya dalam membuat kemasan kita harus membuatnya dengan berbagai macam ukuran. Sebagai contoh misalnya seperti ukuran kemasan dengan ukuran *small*, *medium* dan *large*. Karena masyarakat sebagai konsumen atau pelanggan, cenderung akan menentukan bungkus atau kemasan yang paling kecil untuk produk yang baru awal rilis.

4) Mencantumkan Informasi Produk Secara Lengkap

Produk yang dijual juga harus di cantumkan informasi yang lengkap. Sebagai contoh, misalnya secara standar kemasan atau bungkus harus mencantumkan komposisi produk, jenis produk, cara penggunaan dan juga tanggal kadaluarsa.

Kemudian ada beberapa hal yang perlu di pertimbangkan, yaitu sebagai berikut:

1) Pelabelan

Yang pertama adalah pelabelan. Misalnya, label produk makanan yang dijual di gerai ritel harus berisi informasi tentang bahan dan nilai gizi.

2) Pembukaan

Berikutnya adalah bagaimana proses pembukaan dari kemasan itu sendiri. Jika produk yang akan didistribusikan sedemikian rupa sehingga pelanggan ingin dan harus dapat untuk mencicipi atau memeriksanya sebelum membeli, kemasan produk harus mudah dibuka dan ditutup kembali.

3) Ukuran

Berikutnya adalah ukuran. Jika produk Anda harus dikirim jarak jauh ke titik distribusinya, maka kemasan besar atau berat dapat menambah terlalu banyak biaya transportasi.

4) Daya tahan

Terakhir adalah daya tahan. Banyak produk mengalami penanganan kasar antara titik produksi mereka dan konsumen mereka. Jika sistem

distribusi tidak dapat diandalkan untuk melindungi produk, maka kemasan lah yang harus melakukan pekerjaan tersebut.

d. Keuntungan *Packaging*

1) Bagi Produsen

Menurut Buchari Alma (2007, hlm. 146), Adanya pengemasan suatu produk dapat menguntungkan bagi pihak produsen. Keuntungan tersebut diantaranya sebagai berikut :

- a) Melindungi barang-barang yang dibungkusnya sewaktu barang-barang tersebut bergerak melalui proses marketing.
- b) Memudahkan pedagang eceran untuk membagi-bagi atau memisahkan barang tersebut.
- c) Untuk mempertinggi nilai isinya dengan daya tarik yang ditimbulkan oleh pembungkus, sehingga menimbulkan ciri-ciri khas produk tersebut.
- d) Untuk identitas, mudah dikenal, karena adanya label atau merek yang tertera pada pembungkus.
- e) Pembungkus dapat digunakan sebagai alat komunikasi karena membawa berita atau catatan mengenai produk itu.
- f) Pembungkus sebagai salesmen diam, seperti supermarket. Disini para pembeli tidak dilayani oleh salesmen tetapi pembeli cukup mengetahui dan memilih barangnya sendiri dengan membaca label pada pembungkus.
- g) Selain *packaging* yang baik, perusahaan juga harus membuat kemasan yang indah untuk menarik konsumen.

2) Bagi Konsumen

Menurut Buchari Alma (2007, hlm. 153), Selain memberikan keuntungan bagi produsen, pengemasan produk juga memiliki keuntungan bagi konsumen. Yaitu :

- a) Dengan adanya pembungkus produk akan tetap bersih dan praktis untuk dibawa kemana saja, tahan lama, dan mudah disimpan.
- b) Dengan pembungkus berarti timbangan di dalamnya benar.
- c) Pengemasan menunjukkan kualitas barang seperti menerangkan isi yang dibungkus.
- d) Dengan adanya pembungkus, pembeli dapat membeli dengan jumlah yang cukup (diperlukan).
- e) Sering pembungkus yang isinya telah habis terpakai masih dapat digunakan untuk tempat penyimpanan barang lain.
- f) Pembungkus yang memberi informasi akan memberi dorongan pada pembeli untuk membaca dulu dan sambil berfikir akan membelinya.
- g) Pembungkus dapat menimbulkan harga diri bagi yang membawa.

Kemudian menurut Titik Wijayanti dalam jurnal Adiahsari, dkk (2017, hlm. 4). Kemasan mempunyai tujuan dan fungsi dalam pembuatan produk, yaitu:

- 1) Memperindah produk dengan kemasan yang sesuai kategori produk.
- 2) Memberikan keamanan produk agar tidak rusak saat dipajang ditoko.
- 3) Memberikan keamanan produk pada saat pendistribusian produk.
- 4) Memberikan informasi pada konsumen tentang produk itu sendiri dalam bentuk pelabelan.
- 5) Merupakan hasil desain produk yang menunjukkan produk tersebut.

2.1.3 Labelling

a. Pengertian *Labelling*

Menurut Fitta Ummaya Santi (2015, hlm.8) Label merupakan identitas dari suatu produk. Dengan adanya label, konsumen akan mampu membedakan antara

produk satu dengan produk lainnya. Labeling adalah upaya memberi label berupa informasi singkat mengenai produk tersebut. Beberapa informasi yang perlu dicantumkan dalam label meliputi:

- 1) Nama produk
- 2) Pembuat produk
- 3) Alamat pembuat produk,
- 4) Bahan yang digunakan untuk membuat produk,
- 5) Komposisi gizi,
- 6) Masa kadaluarsa,
- 7) Izin depkes atau instansi terkait.

Label merupakan 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.

b. Fungsi *Labelling*

Menurut Kotler (2000, hlm. 478) 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, di mana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakannya, dan bagaimana menggunakannya secara aman).
- 4) Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik.

Kemudian adapun tujuan label adalah sebagai berikut:

- 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 sehingga diperoleh fungsi produk yang optimum.
- 4) Sarana periklanan bagi produsen.
- 5) Memberi rasa aman bagi konsumen.

c. Jenis-jenis Label

Menurut Marinus (2002, hlm. 192) terdapat tiga tipe label berdasarkan fungsinya, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Brand* label adalah penggunaan label yang semata-mata digunakan sebagai brand.
- 2) *Grade* label adalah label yang menunjukkan tingkat kualitas tertentu dari suatu barang. Label ini dinyatakan dengan suatu tulisan atau kata-kata.
- 3) Label deskriptif adalah informasi objektif tentang penggunaan, konstruksi, pemeliharaan penampilan dan ciri-ciri lain dari produk.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 tahun 1999 tentang label dan iklan pangan, label produk sekurang-kurangnya memuat nama produk, berat bersih atau isi bersih, serta nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia.

- 1) Nama produk pangan. Pada setiap produk pangan terdapat nama produk. Nama produk pangan tersebut memberikan keterangan mengenai identitas produk pangan yang menunjukkan sifat dan keadaan produk pangan yang sebenarnya. Untuk produk pangan yang sudah terdapat dalam Standar Nasional Indonesia penggunaan nama produk menjadi bersifat wajib.
- 2) Keterangan bahan yang digunakan dalam Pangan. Keterangan ini diurutkan dari bahan yang paling banyak digunakan kecuali vitamin, mineral dan zat penambah gizi lainnya. Bahan tambahan pangan atau pengawet yang digunakan juga harus dicantumkan. Pernyataan mengenai bahan yang

ditambahkan, diperkaya, atau difortifikasi juga harus dicantumkan selama itu benar dilakukan pada proses produksi dan tidak menyesatkan.

- 3) Berat bersih atau isi bersih pangan. Berat bersih atau isi bersih menerangkan jumlah produk pangan yang terdapat dalam kemasan produk tersebut. Keterangan tersebut dinyatakan dalam satuan metrik seperti gram, kilogram, liter atau mililiter. Untuk produk makanan padat dinyatakan dalam ukuran berat, produk makanan cair dinyatakan dalam ukuran isi dan produk makanan semi padat atau kental dinyatakan dalam ukuran isi atau berat.
- 4) Nama dan alamat pabrik pangan. Keterangan mengenai nama dan alamat pabrik pada produk pangan berisi keterangan mengenai nama dan alamat pihak yang memproduksi, memasukkan dan mengedarkan pangan ke wilayah Indonesia. Untuk nama kota, kode pos dan Indonesia dicantumkan pada bagian utama label sedangkan nama dan alamat dicantumkan dalam bagian informasi.
- 5) Tanggal kedaluwarsa pangan. Setiap produk pangan mempunyai keterangan kedaluwarsa yang tercantum pada label pangan. Keterangan kedaluwarsa yaitu batas akhir suatu pangan dijamin mutunya sepanjang penyimpanannya mengikuti petunjuk yang diberikan oleh produsen. Keterangan kedaluwarsa dicantumkan terpisah dari tulisan "Baik Digunakan Sebelum" dan disertai dengan petunjuk tempat pencantuman tanggal kedaluwarsa.
- 6) Nomor pendaftaran pangan. Dalam hal peredaran pangan, pada label pangan tersebut wajib mencantumkan nomor pendaftaran pangan. Adapun tanda yang diberikan untuk pangan yang diproduksi baik di dalam negeri maupun yang dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia adalah tanda MD untuk pangan olahan yang diproduksi di dalam negeri dan tanda ML untuk pangan olahan yang dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia.
- 7) Kode produksi pangan. Kode produksi yang dimaksud adalah kode yang dapat memberikan penjelasan mengenai riwayat suatu produksi pangan yang diproses pada kondisi dan waktu yang sama. Kode produksi tersebut disertai dengan atau tanggal produksi. Tanggal produksi yang dimaksud adalah tanggal, bulan dan tahun pangan tersebut diolah.

- 8) Penggunaan atau penyajian dan penyimpanan pangan. Keterangan tentang petunjuk penggunaan dan atau petunjuk penyimpanan dicantumkan pada pangan olahan yang memerlukan penyiapan sebelum disajikan atau digunakan. Selain itu, cara penyimpanan setelah kemasan dibuka juga harus dicantumkan pada pangan kemasan yang tidak mungkin dikonsumsi dalam satu kali makan. Kemudian pada pangan yang memerlukan saran penyajian atau saran penggunaan dapat mencantumkan gambar bahan pangan lainnya yang sesuai dan disertai dengan tulisan "saran penyajian".

2.1.4 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

a. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Definisi UMKM menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Bab 1 Pasal 1:

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) paling banyak Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) dan hasil penjualan tahunan (omzet/tahun) paling banyak Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang memiliki kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) lebih dari Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) dan hasil penjualan tahunan (omzet/tahun) lebih dari Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang.

b. Kekuatan dan Kelemahan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM memiliki beberapa kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah:

- 1) Penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia.
- 2) Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru;
- 3) Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar;
- 4) Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil sampai dari industri besar atau industri yang lainnya.
- 5) Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.

Menurut Hafsah (2004, hlm. 41) bahwa peran UKM dalam perekonomian nasional maupun dalam penyerapan tenaga kerja dan pemerataan distribusi pembangunan masih memiliki kendala atau hambatan yang dihadapi, pada umumnya permasalahan yang dihadapi oleh usaha kecil dan menengah (UKM) antara lain meliputi:

- 1) Faktor internal
 - a) Kurangnya permodalan
 - b) Sumber Daya Manusia (SDM) yang terbatas
 - c) Melemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar

- 2) Faktor eksternal
 - a) Iklim usaha belum sepenuhnya kondusif
 - b) Terbatasnya sarana dan prasarana usaha
 - c) Implikasi otonomi daerah
 - d) Implikasi perdagangan bebas

Menurut Hafsah (2004, hlm. 43) pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) pada hakekatnya merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Dengan mencermati permasalahan yang dihadapi oleh UKM, maka ke depan perlu diupayakan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Penciptaan iklim usaha yang kondusif, Pemerintah perlu mengupayakan terciptanya iklim yang kondusif.
- 2) Bantuan permodalan, Pemerintah perlu memperluas kredit khusus dengan syarat-syarat yang tidak memberatkan bagi UKM untuk membantu peningkatan permodalannya.
- 3) Perlindungan usaha, jenis usaha tradisional yang merupakan usaha golongan ekonomi lemah harus mendapatkan perlindungan dari pemerintah.
- 4) Pengembangan kemitraan perlu dikembangkan, kemitraan yang saling membantu antara UKM dengan pengusaha besar di dalam negeri maupun di luar negeri, Untuk menghindari terjadinya monopoli dalam usaha.
- 5) Pelatihan, Pemerintah perlu meningkatkan pelatihan bagi UKM baik dalam aspek kewiraswastaan, manajemen, administrasi dan pengetahuan serta keterampilannya dalam pengembangan usahanya.
- 6) Mengembangkan promosi, guna lebih mempercepat proses kemitraan antara UKM dengan usaha besar diperlukan media khusus dalam upaya mempromosikan produk-produk yang dihasilkan, di samping itu perlu juga diadakan *Talk Show* antara asosiasi dengan Mitra usahanya.
- 7) Mengembangkan kerjasama yang setara, perlu adanya kerjasama atau koordinasi yang serasi antara pemerintah dengan dunia usaha (UKM) untuk menginventarisir berbagai isu isu mutakhir yang terkait dengan perkembangan usaha.

c. Klasifikasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Menurut Arief Rahmana dalam Ade Resalawati (2011, hlm. 15) Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dapat di klasifikasikan menjadi 4 kelompok , yaitu:

- 1) *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
- 2) *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- 3) *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- 4) *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).

d. Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 3 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Usaha mikro dan kecil bertujuan menumbukan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Dapat dikatakan UMKM memiliki peran dalam pembangunan perekonomian nasional melalui kontribusi terhadap PDB, menciptakan lapangan pekerjaan, dan penyerapan tenaga kerja.

Kemampuan UMKM dalam menghadapi krisis dan pembangunan perekonomian nasional disebabkan oleh:

- 1) Sektor mikro dapat dikembangkan hampir disemua sektor usaha dan tersebar di seluruh wilayah Indonesia.
- 2) Karena sifat penyebaran yang sangat luas (baik sektor usaha dan wilayahnya) sektor mikro sangat berperan dalam pemerataan kesempatan kerja.
- 3) UMKM termasuk usaha-usaha anggota koperasi yang pada umumnya fleksibel. UMKM dengan skala usaha yang tidak besar, kesederhanaan spesifikasi dan teknologi yang digunakan dapat lebih mudah menyesuaikan dengan perubahan atau perkembangan yang terjadi.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

- a. **Penelitian skripsi. Muhammad Wildan Adi Pratama, 2019. Memberdayakan Perempuan Melalui Pelatihan *Packaging* Di Sentra Keripik Pedas Cimahi. Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia.** Penelitian ini membahas mengenai pemberian pengetahuan *Packaging* kepada perempuan pembuat keripik pedas *home industry*. Yang mana tujuannya supaya memberikan dampak baik terhadap para perempuan yang rata-rata hanya lulusan SMP dan SMA untuk bisa mendapatkan mata pencaharian di sentra keripik pedas, sehingga tidak hanya berprosesi sebagai ibu rumah tangga akan tetapi mempunyai penghasilan dari adanya *home industry* mereka.
- b. **Penelitian Skripsi. Nadya Audira, 2018. Analisis Peranan Pelatihan Program Kampung UKM Digital Terhadap Perkembangan Umkm Dalam Perspektif Islam. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.** Penelitian ini membahas mengenai bagaimana peranan pelatihan program kampung UKM digital yang dilakukan oleh mitra UKM Telo Rezewki Sentra Industri Keripik. Yang mana tujuan pelatihannya yaitu dalam rangka peningkatan dan pengembangan UMKM di Sentra industri Keripik Kota bandar Lampung.
- c. **Penelitian Skripsi. Iqbal Fauzi, 2018. Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada Ud. Genteng Pressuper Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas). Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.** Penelitian ini membahas mengenai strategi tepat yang akan dilakukan perusahaan, seperti meningkatkan pasar yang lebih luas, menjaga kualitas produk, memberikan pelatihan kepada pekerja, dll. Yang mana tujuannya yaitu untuk membantu pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan pembangunan di masyarakat.
- d. **Penelitian Skripsi. Hairunnisa Maharani. Pengaruh Pendidikan Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kc Bandar Jaya Lampung Tengah). Jurusan Perbankan**

Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro. Penelitian Ini Membahas Mengenai Latar Belakang Pendidikan Setiap Karyawan Pada Bank Syariah Mandiri Yang Berbeda-Beda. Yang Mana Tujuannya Yaitu Untuk Menganalisis Apakah Ada Pengaruh Dari Perbedaan Pendidikan Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Para Karyawan.

- e. **Penelitian jurnal. Faila Shofa, dkk. Pelatihan Strategi merek Kemasan dan Labelling produk UMKM Tahu dan Tempe di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Wayhalim Kota Bandar Lampung.** Penelitian ini membahas mengenai pemberian pengetahuan dan teknik kepada pelaku UMKM tentang Pemberian merek, pengemasan dan label produk. Yang mana tujuannya supaya tercapai volume penjualan produk yang menguntungkan, kemampuan bersaing dengan pesaing lainnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode ceramah dengan pendekatan kualitatif.

2.3 Kerangka Konseptual

Peneliti ingin melakukan penelitian bagaimana pelatihan *packaging* dan *labelling* produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Pusakasari Kec. Cipaku Kab. Ciamis. Kerangka konseptual ini menjelaskan bahwa pelatihan pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ini pada pelatihannya yaitu hasil dari sumber daya alam seperti umbi umbian, pisang dan lain sebagainya yang sudah biasa di produksi oleh masyarakat untuk dijual, kemudian di *rebranding* dan dikemas dengan lebih menarik untuk menambah daya tarik konsumen. Proses pelaksanaan pelatihan ini melibatkan instruktur yang didatangkan langsung dari Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kab. Ciamis. Dalam pelatihan tersebut instruktur melakukan proses dari pelatihan menurut Sudjana yang menjelaskan bahwa terdapat tiga tahapan pembelajaran yaitu perencanaan program, pelaksanaan program dan penilaian kegiatan pembelajaran.

- a. Tahapan Perencanaan

Tahapan kegiatan pembelajaran meliputi identifikasi kebutuhan belajar, sumber-sumber belajar yang tersedia dan kemungkinan hambatan yang akan

detemui dalam kegiatan pembelajaran, penyusunan prioritas kebutuhan, perumusan tujuan pembelajaran, dan penetapan program kegiatan pembelajaran.

b. Tahapan Pelaksanaan

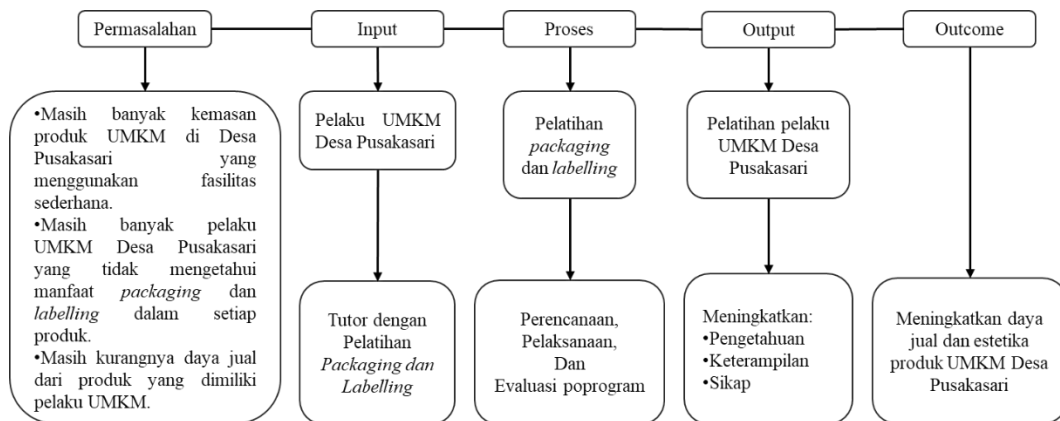
Partisipatif dalam tahap pelaksanaan program kegiatan pembelajaran adalah keterlibatan peserta didik dalam menciptakan iklim yang kondusif untuk belajar. Iklim yang kondusif ini mencakup Pertama, kedisiplinan peserta didik yang ditandai dengan keteraturan dalam kehadiran pada setiap kegiatan pembelajaran. Kedua, pembinaan hubungan antara peserta didik dengan pendidik sehingga tercipta hubungan kemanusiaan yang terbuka, terarah, saling membantu dan saling belajar. Ketiga, interaksi kegiatan pembelajaran antara peserta didik dan pendidik dilakukan melalui hubungan horizontal. Hubungan ini menggambarkan corak terjalannya komunikasi yang sejajar baik antara peserta didik maupun pendidik. Keempat, tekanan kegiatan pembelajaran adalah pada peranan peserta didik yang lebih aktif melakukan kegiatan pembelajaran bukan pada pendidik yang lebih mengutamakan kegiatan mengajar. Peranan pendidik ialah membantu peserta didik dalam melakukan kegiatan pembelajaran.

c. Tahapan Evaluasi

Partisipatif dalam tahap evaluasi pembelajaran amat penting evaluasi dilakukan untuk menghimpun, mengolah, dan menyajikan data atau informasi yang dapat digunakan sebagai masukan dalam pengambilan keputusan. Partisipatif dalam tahap evaluasi ini sangat bermanfaat bagi para peserta didik untuk mengetahui tentang sejauh mana yang telah dialami dan dicapai oleh mereka melalui kegiatan pembelajaran partisipatif.

Dalam pelatihannya instruktur memberikan penyuluhan, pemberian materi, pemaparan metode dan teknik. Dari adanya pelatihan *packaging* dan *labelling* produk UMKM ini dapat memberikan *Outcome* atau efek jangka panjang dalam peningkatan daya jual dan estetika produk, sehingga diharapkan dapat memperbaiki dan meningkatkan ekonomi masyarakat.

Berikut ini gambaran kerangka konseptual dari peneliti.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan kerangka yang sudah dijelaskan tersebut, dapat dilihat ada pertanyaan penelitian yang harus dicari jawabanya, yaitu sebagai berikut:

- Bagaimana perencanaan Pelatihan *Packagkerangking* dan *Labelling* Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Pusakasari Kec. Cipaku Kab. Ciamis?
- Bagaimana pelaksanaan Pelatihan *Packaging* dan *Labelling* Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Pusakasari Kec. Cipaku Kab. Ciamis?
- Bagaimana evaluasi Pelatihan *Packaging* dan *Labelling* Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Pusakasari Kec. Cipaku Kab. Ciamis?