

PEMANFAATAN TEKNOLOGI GRAFIKA KOMPUTER UNTUK MENDORONG PENINGKATAN DAYA JUAL PRODUK USAHA EMPEK-EMPEK DAN KENTANG KERING MUSTOFA PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA DIMASA NEW NORMAL

Eka Wahyu Hidayat¹⁾, Rahmi Nur Shofa²⁾, Neng Ika Kurniati³⁾, Heni Sulastri⁴⁾

^{1,2,3,4}Jurusan Teknik Informatika Fakultas Teknik Universitas Siliwangi Tasikmalaya
ekawahyu@unsil.ac.id¹, rahmi.shofa@unsil.ac.id², nengikakurniati@unsil.ac.id³,
henisulastri@unsil.ac.id⁴

Abstrak

Dalam usaha untuk menggerakkan perekonomian rakyat, banyak usaha kecil rumahan terdampak karena pandemi Covid 19. Usaha produk Empek-Empek Rafli dan produk Kentang Kering Mustofa Ibu Ifah memiliki kualitas yang baik hanya saja ada kekurangan dari sisi Kemasan. Dengan kondisi tersebut, tujuan dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dimaksudkan untuk meningkatkan strategi pemasaran dari sisi kualitas produk dan kemasan berbasis Komputer Grafik. Komputer grafik dengan menerapkan aspek Desain Komunikasi Visual pada ranah Multimedia dapat membantu meningkatkan kualitas produk dari sisi kemasan. Langkah-langkah yang akan dilakukan adalah diawali dengan analisa produk dimana perlu ditetapkan Brand Name, Dimensi produk, Desain kemasan. Setelah analisa langkah selanjutnya dilakukan implementasi dengan membuat kemasan produk yang sesuai dan ideal. Dilanjutkan dengan edukasi serta memberikan pemahaman kepada mitra Industri Rumah Tangga yang dibimbing untuk mendapatkan PPIRT. Kegiatan ini diakhiri dengan penyerahan hasil desain kemasan dan bahan baku kemasan produk. Harapan dari kegiatan ini adalah untuk memotivasi mitra Usaha kecil Industri Rumah Tangga agar dapat bersaing ditingkat yang lebih tinggi lagi.

Kata Kunci : Empek-empek, Mustofa, Komputer Grafik, Desain, Kemasan Produk.

Abstract

In an endeavor to maneuver the people's economy, several small home businesses were affected by the Covid nineteen pandemic. The Empek-Empek Rafli product business and Mrs. Ifah's Mustofa Dried Potato product were of fine quality, however there have been shortcomings in terms of packaging. beneath these conditions, the target of this Community Service activity is to boost the selling strategy in terms of product quality and pc graphics-based packaging. computer graphics by applying aspects of communication style within the multimedia system realm will facilitate improve product quality in terms of packaging. The steps to be taken ar preceded by a product analysis wherever the brand, Product Dimensions, Packaging style ar required. once analyzing following step, implementation is administrated by creating applicable and ideal product packaging. Followed by education and providing understanding to prospective Home business partners who are guided to induce PPIRT. This activity all over with the submission of the packaging style results and raw materials for the product packaging. The hope of this activity is to inspire the little Home business partners to contend at the next level.

Keywords : Empek-empek, Mustofa, Computer Graphics, Design, Product Packaging.

I. PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia melalui berbagai kebijakan ekonomi telah berusaha mengembangkan dan memberdayakan usaha kecil dan menengah sebagai penopang bagi perekonomian nasional, baik sebagai penyedia lapangan kerja, lapangan usaha, maupun penghasil devisa Negara. Pandemi Covid-19 yang menyerang dunia saat ini berdampak pada berbagai sektor usaha baik skala besar, menengah, dan kecil. Menurut (Arianty, 2017) usaha kecil dan menengah

yang jumlahnya sangat banyak di Indonesia mampu bertahan dalam situasi krisis tetapi mempunyai porsi peranan yang kecil dalam perekonomian nasional. Ini menunjukkan bahwa ketahanan perekonomian nasional Indonesia sesungguhnya berada pada usaha kecil menengah yang secara masal masuk kedalam skala ekonomi kerakyatan. Permasalahan yang timbul dalam pengembangan industri kecil dan rumah tangga adalah pengadaan bahan baku, modal, manajemen dan pemasaran (Apretty, 2000). Agar dapat bersaing setiap usaha kecil usaha industri rumah tangga harus

mampu mempersiapkan diri dan memiliki strategi agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas. Strategi produksi adalah diversifikasi produk dalam hal bentuk dan jenis (Djuaini, 2009) yang dibagi kedalam 3 bidang yaitu bidang keuangan, bidang manajemen sumber daya manusia, dan bidang pemasaran. Sekaitan dengan usulan ini lebih ditekankan pada bidang pemasaran yaitu kualitas produk dan kemasan.

Di Tasikmalaya, telah banyak produk industri rumah tangga berupa kuliner. Pemerintah telah berperan aktif dalam meningkatkan usaha rumah tangga ini dengan menyediakan lahan untuk menjual produk kuliner rumahan melalui event-event yang rutin terjadwal. Dengan pandemi ini kegiatan tersebut ditutup sementara yang berdampak hilangnya mata pencaharian tambahan bagi penjual yang mengandalkan direct selling. Mensiasati hal itu, cara lain dalam mempertahankan usaha kuliner tersebut di masa pandemi adalah dengan direct selling via internet. Perubahan cara ini, baru sekedar untuk mempertahankan usaha dan mempertahankan pelanggan dimana usaha tetap jalan meskipun dengan profit yang kecil. Setelah masa pandemi dinyatakan aman, masyarakat Indonesia diarahkan pemerintah untuk memasuki kondisi New-Normal (Tatanan Normal Baru). Belum terbukti apakah kondisi tatanan normal baru ini dapat kembali meningkatkan usaha kecil menengah industri rumah tangga atau justru sebaliknya. Tapi terlepas dari itu semua, apapun kondisinya, baik krisis ataupun tidak krisis, usaha kecil menengah akan tetap eksis sebagai mata pencaharian kerakyatan. Hanya saja yang perlu diperhatikan adalah langkah-langkah strategis apa yang ditawarkan untuk tetap bertahan dan bahkan mampu meningkatkan kemampuan usaha kecil menengah industri rumah tangga.

Langkah strategis yang ditawarkan dari sisi keilmuan Informatika agar usaha kecil menengah industri rumah tangga mampu bertahan sesuai (Djuaini, 2009) pada bidang pemasaran yaitu kualitas produk dan kemasan. Intuisi manusia selalu melihat segala sesuatu dari sisi visual dimana suatu produk akan dikatakan berkualitas apabila memiliki kemasan yang bagus/menarik. Agar kemasan produk bagus/menarik dapat ditunjang dengan Grafika Komputer. Grafik Komputer adalah bagian dari ilmu komputer yang berkaitan dengan pembuatan dan manipulasi gambar (visual) secara digital. Bentuk sederhana dari grafika komputer adalah grafika komputer 2D yang kemudian berkembang menjadi grafika komputer 3D, pemrosesan citra (image processing), dan pengenalan

pola (pattern recognition). Grafika komputer sering dikenal juga dengan istilah visualisasi data. Bagian dari grafika komputer meliputi Geometri, Animasi, Rendering dan Citra (imaging) Grafika komputer dapat digunakan di berbagai bidang kehidupan, mulai dari bidang seni, sains, bisnis, pendidikan dan juga hiburan.

Kemampuan dari Grafika Komputer dapat digunakan untuk mendesain kemasan produk industri rumah tangga. Bidang desain grafis masalahnya akan menyangkut teknik perencanaan gambar, bentuk, simbol, huruf, fotografi dan proses percetakan, yang disertai pula dengan pengertian tentang bahan dan biaya. Tujuan utama desain grafis, tidak saja menciptakan desain atau perencanaan fungsional estetis, tetapi juga yang informatif dan komunikatif dengan masyarakat. Bila dilengkapi dengan pengertian psikologi massa, dan teori-teori pemasaran (ekonomi), maka karya-karya desain grafis ini dapat merupakan alat promosi dengan yang sangat ampuh. Melalui bentuk dan tata rupa yang dimilikinya kemasan berfungsi sebagai alat pemasar untuk mempertinggi daya jual barang produk industri usaha rumah tangga.

Kondisi yang dihadapi adalah Mitra Pengabdian Masyarakat terdampak pandemi sehingga omset penjualan menurun. Selain itu belum menerapkan strategi pemasaran yang baik. Untuk dapat mempertahankan usaha di masa New Normal, perlu dilakukan langkah-langkah strategis dibidang pemasaran terutama pada kualitas produk dan kemasan. Penyelesaian dari Pengabdian Pada Masyarakat ini bertolak dari kondisi Produk rumah tangga ibu Ifah dengan produk usaha Kentang Kering Mustofa berlokasi di Kecamatan Indihiang, Kota Tasikmalaya dan produk rumah tangga Rafli dengan produk usaha Empek-Empek berlokasi di Kecamatan Sukaratu Kabupaten Tasikmalaya. Usaha produk Empek-Empek Rafli baru sebatas menghasilkan produk dan penjualan terbatas Begitu pula dengan produk Kentang Kering Mustofa Ibu Ifah dari Kecamatan Indihiang Kota Tasikmalaya. Keduanya memiliki kualitas produk yang baik hanya saja ada kekurangan dari sisi Kemasan bahkan keduanya belum memiliki Brand Name untuk produk mereka dan juga belum memiliki Sertifikat P-IRT (Pangan Industri Rumah Tangga). Produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik hanya saja adanya keterbatasan produksi dan kemasan yang seadanya menyebabkan daya jual yang kurang. Misalnya Empek-Empek yang dihasilkan Rafli masih dikemas seadanya saja dengan kemasan plastik dan belum

memiliki brand nama. Sedangkan produk kentang kering mustofa ibu Ifah yang sudah melanglang ke luar negeri (Arab Saudi, Jerman, dan China) sebagai bekal perjalanan dan belum memiliki brand nama sebagai identitas produk.

Dari kondisi yang dihadapi tersebut maka disusunlah rumusan permasalahan yang harus diselesaikan, yaitu:

1. Bagaimana strategi meningkatkan pemasaran Usaha Kecil Industri Rumah Tangga agar produk yang dihasilkan Mitra memiliki daya saing yang tinggi?
2. Bagaimana mengedukasi Usaha Kecil Industri Rumah Tangga agar Mitra memiliki sertifikat perijinan usaha?
3. Bagaimana menyiapkan Usaha Kecil Industri Rumah Tangga agar Mitra memiliki kualitas dan kemasan produk yang baik?

Solusi yang ditawarkan sebagai tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menyelesaikan kondisi yang dihadapi, yaitu:

1. Strategi yang di usulkan dalam meningkatkan pemasaran Usaha Kecil Industri Rumah Tangga agar produk yang dihasilkan Mitra memiliki daya saing yang tinggi adalah dengan meningkatkan kualitas produk dan kemasan, penentuan brand name, dimensi produk, dan desain kemasan dengan menerapkan teknologi Komputer Grafik dan Desain Komunikasi Visual pada ranah Multimedia.
2. Perlu dilakukan edukasi, penyampaian informasi dan pemahaman mengenai pentingnya mendapatkan sertifikat/surat perijinan usaha agar produk yang dihasilkan Mitra teregistrasi pada lembaga yang kompeten sehingga diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk.
3. Menyiapkan Mitra agar memiliki kualitas produk dan kemasan yang baik, brand name yang sesuai, dan kemasan yang menarik agar dapat bersaing dengan produk-produk sejenis dengan menerapkan teknologi Komputer Grafik dan Desain Komunikasi Visual pada ranah Multimedia.
4. Menyiapkan Mitra agar memiliki kemampuan produksi agar dapat bertahan dalam masa new normal dan penguatan dalam ketahanan pangan sehingga kedepannya dapat memberikan kemanfaatan bagi penduduk sekitar usaha mitra

Mempertimbangkan beberapa permasalahan yang ditemukan dan telah dijelaskan diatas, maka target dari

kegiatan ini bersesuaian dengan solusi yang ditawarkan untuk penyelesaian masalah.

1. Meningkatnya pemasaran Produk Usaha Kecil Industri Rumah Tangga mitra agar produk yang dihasilkan Mitra memiliki daya saing yang tinggi dengan menerapkan teknologi Komputer Grafik dan Desain Komunikasi Visual pada ranah Multimedia.
2. Memahami pentingnya mendapatkan sertifikat/surat perijinan usaha agar produk yang dihasilkan Mitra teregistrasi pada lembaga yang kompeten sehingga diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk.
3. Mitra memiliki kualitas produk dan kemasan yang baik, brand name yang sesuai, dan kemasan yang menarik agar dapat bersaing dengan produk-produk sejenis dengan menerapkan teknologi Komputer Grafik dan Desain Komunikasi Visual pada ranah Multimedia.

II. DASAR TEORI

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai dasar teori dari desain produk kemasan, sebagai berikut :

1. Desain Kemasan

Kemasan menjadi sarana untuk melindungi, menyimpan, dan mengirimkan barang. Desain kemasan menjadi sarana untuk mengkomunikasikan isi produk secara visual (Klimchuk dan Krasovec, 2007). Menurut (Wahyudi dan Satriyono, 2017) Fungsi dari kemasan produk yaitu untuk Perlindungan dimana kemasan berfungsi melindungi produk yang dikemasnya, untuk Wadah dimana fungsi kemasan wadah atau tempat untuk produknya, dan untuk Promosi dimana harus bisa merebut perhatian konsumen lewat bentuk dan dekorasi kemasan yang melekat pada dirinya. Hal penting dalam desain kemasan yang perlu diperhatikan adalah Tipografi dan Label.

2. Kemasan Siap Pakai

Kemasan siap pakai adalah istilah yang digunakan untuk struktur dan material yang tidak dibuat secara khusus namun tersedia di pasar. Material yang digunakan untuk membuat kemasan dan penutup siap pakai misalnya kaca, kertas, plastik, dan logam. Struktur kemasan siap pakai tidak dikhususkan untuk satu merek tertentu, yang berarti kemasan tersebut tersedia untuk semua orang. Kemasan siap pakai yang terbuat dari material kaca yaitu gelas, toples, tube. Kemasan siap pakai yang terbuat dari material kertas misalnya karton lipat, kardus, kotak kado. Kemasan siap pakai yang terbuat dari material plastik dan logam

misalnya kaleng dan kontainer silinder berbagai bentuk dan ukuran. Struktur-struktur ini tersedia dalam kertas dekoratif dan berbagai ukuran standar dan dapat dibeli secara eceran atau grosir. Kemasan siap pakai ini menjadi solusi praktis sebagai cara cepat untuk memperoleh desain kemasan dipasar.

3. Membuat Kemasan yang Baik

Menurut (Wahyudi dan Satriyono, 2017) dan (Rahardjo, 2019) Pada akhirnya, ada empat cara untuk membuat kemasan yang sukses, yaitu kemasan dibuat sesederhana mungkin agar pesan yang ingin disampaikan jelas dan mudah diterima konsumen. Memperhatikan dampak visual yang tinggi melalui merek, fotografi, dan elemen-elemen grafisnya agar menari perhatian konsumen. Perkuat mereknya (nama merek) tunjukkan keunikan dari produk merek tersebut. Informasikan nilai tambah produk melalui kemasan, sehingga konsumen mempunyai alasan yang kuat untuk membeli produk itu. Lakukan riset, perbanyak referensi, dan terus gali ide-ide baru untuk memperbaiki tampilan kemasan produk kita yang kreatif dan inovatif.

III. METODOLOGI

Pada bagian ini akan dibahas dan dijelaskan tahapan-tahapan yang dilakukan untuk mendesain kemasan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Menurut (Wahyudi dan Satriyono, 2017) ada 5 fase metodologi desain kemasan yaitu: 1) Fase Pertama: Riset dan Analisis; 2) Fase Kedua: Desain Awal; 3) Fase Ketiga: Pengembangan Desain; 4) Fase Keempat: Perbaikan akhir desain/Komprehensif; 5) Fase Kelima: Pra-Produksi dan Mekanika Digital. Sedangkan menurut Steven Du Puis John Silva dalam buku Package Design Workbook menjelaskan ada 5 (lima) tahapan yang dilalui oleh desainer kemasan dalam proses membuat desain kemasan. Kelima proses tersebut adalah: 1) Tahap Penggalan Informasi (Discovery); 2) Tahap Kreatif/Konseptual (Creation); 3) Tahap Perbaikan (Refinement); 4) Tahap Pelaksanaan (Implementation); 5) Tahap Pembuatan (Production). Guna menyesuaikan kebutuhan untuk mencapai target kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang cepat, maka tahapan desain dari kedua metode tersebut diringkas menjadi 1) Analisa Produk, 2) Hasil Analisa, 3) Pra Implementasi, 4) Implementasi. seperti pada gambar dibawah ini.

Metode (Wahyudi dan Satriyono, 2017)	Metode Steven Du Puis John Silva	Penyelarasan Metode
Fase Pertama: Riset dan Analisis	Tahap 1: Penggalan Informasi (Discovery)	ANALISA PRODUK
Fase Kedua: Desain Awal	Tahap 2: Kreatif/Konseptual (Creation)	HASIL ANALISA
Fase Ketiga: Pengembangan Desain	Tahap 3: Perbaikan (Refinement)	PRA IMPLEMENTASI
Fase Keempat: Perbaikan akhir desain/Komprehensif	Tahap 4: Pelaksanaan (Implementation)	IMPLEMENTASI
Fase Kelima: Pra-Produksi dan Mekanika Digital	Tahap 5: Pembuatan (Production)	

Gambar 1. Hasil penyelarasan metode

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisa Produk

Melakukan survei langsung ke lokasi yang menjadi mitra pengabdian. Analisa produk dilakukan untuk melihat sejauh mana Mitra memahami maksud dan tujuan desain kemasan sebagai sarana untuk meningkatkan daya jual produk. Sedangkan bagi pelaksana tahapan ini bertujuan untuk melihat sejauh mana Mitra memahami maksud dan tujuan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, dukungan, dan bantuan yang diterima. Termasuk didalamnya menyiapkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk desain awal kemasan. analisa dilakukan dengan mengisi lembar observasi yang telah disiapkan dengan data-data isian untuk menggali informasi dari mitra seperti Kategori produk, Merek produk, Moto produk, Konsep kemasan, Warna label, Font, Material kemasan, Alat pengemas yang dibutuhkan dan Sketsa label yang di inginkan oleh Mitra kegiatan.

B. Hasil Analisa

Setelah dilakukan pengambilan data melalui form observasi, maka selanjutnya dilakukan analisa dengan tujuan untuk perbaikan konsep untuk menambahkan, menguatkan konsep, dan meng-eliminasi hal yang tidak diperlukan. Berdasarkan data yang didapat dari hasil observasi maka didapat rincian yang perlu diselesaikan yaitu.

Tabel 1. Kondisi dan hasil perbaikan produk mitra 1

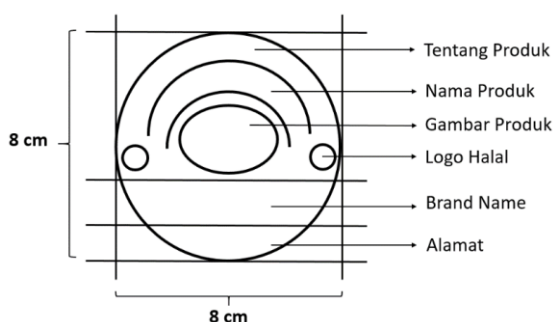
Aspek	Sebelum	Hasil Perbaikan
Produk	Empek-Empek Palembang	Pempek Palembang
Nama Produk	-	Cek Dis
Slogan	Wong Kito Galo	Mantap Rasonyo
Keterangan	-	Terbuat dari bahan pilihan
Kemasan	Plastik	Standing Pouch
Label	-	Ada
Alat pengemas	-	Vacuum, Sealer, Digital Scale

Tabel 2. Kondisi dan hasil perbaikan produk mitra 2

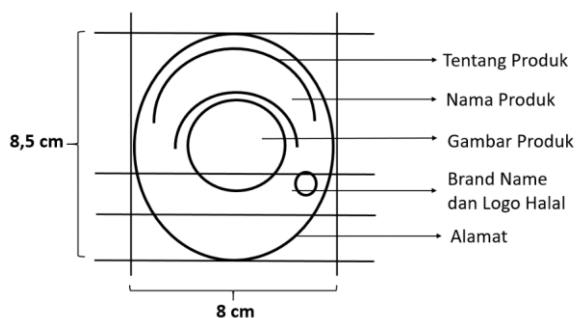
Aspek	Sebelum	Hasil Perbaikan
Produk	Mustopa	Kentang Kering Mustofa
Nama Produk	Bu Ifah	Ibu Ifah
Slogan	Nikmat	Gurih-Renyah
Keterangan	-	Terbuat dari kentang dan bumbu pilihan
Kemasan	Plastik Box	Standing Pouch
Label	-	Ada
Alat pengemas	Steples	Vacuum, Sealer, Digital Scale

C. Pra Implementasi

Pada bagian ini menjelaskan mengenai desain kemasan hasil dari analisa yang didapat pada tahapan sebelumnya.



Gambar 2. Desain tata letak produk empek-empek



Gambar 3. Desain tata letak produk mustofa

D. Implementasi

Dari hasil desain tata letak informasi pada label untuk produk Empek-Empek dan produk Kentang Kering Mustofa yang telah dirancang pada tahap sebelumnya, dilanjutkan dengan implementasi desain menggunakan perangkat komputer dengan berbagai software Komputer Grafik. Untuk desain label kemasan kedalam bentuk digital menggunakan Software Pengolah Gambar Adobe Photoshop dan Software Pengolah Gambar Vector CorelDraw.

Pada Gambar 4 dapat dilihat langsung hasil perbaikan kemasan produk. Produk yang dihasilkan mitra sudah di implementasikan pada wadah yang sesuai dengan yang di usulkan tim pelaksana kegiatan. Label yang

dirancang telah di implementasikan langsung pada kemasan. Label yang diberikan tidak mengalami kerusakan ataupun perubahan kualitas saat diterapkan pada kemasan kering maupun kemasan basah.



Gambar 4. Produk setelah perbaikan

Pada tahap implementasi ini diakhiri dengan penyerahan blueprint kemasan, alat pengemas produk, bahan baku kemasan, uji coba alat dan label kemasan dan dilanjutkan dengan pengisian lembaran evaluasi kegiatan.



Gambar 5. Penutupan acara kegiatan

E. Evaluasi

Dari kuisisioner evaluasi yang di berikan kepada mitra, untuk semua pernyataan berkaitan dengan kepuasan Mitra terhadap kegiatan PkM yang dilakukan menyatakan Sangat Setuju untuk:

1. Mitra puas dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan LPPM-PMP Universitas Siliwangi bersama Prodi Informatika
2. Kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan LPPM-PMP Universitas Siliwangi bersama Prodi Informatika sesuai dengan harapan Mitra kegiatan
3. Personil/ anggota yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan

4. Setiap keluhan/ pertanyaan/ permasalahan yang saya ajukan ditindaklanjuti dengan baik oleh anggota yang terlibat
5. Jika kegiatan ini diselenggarakan kembali, mitra bersedia untuk berpartisipasi/ terlibat.

Adapun saran yang diberikan oleh kedua mitra dirangkum dalam pernyataan sebagai berikut: Pendapat tentang kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan yaitu kegiatan PkM ini sangat membantu khususnya dalam peningkatan daya jual produk dan kegiatan PkM dilakukan dengan baik dan sangat membantu usaha mitra. Sedangkan untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang akan dilaksanakan selanjutnya mitra menyarankan bahwa lebih melibatkan banyak produk supaya lebih bervariasi dan lebih memperbanyak produk yang dibina supaya UMKM di Tasikmalaya semakin meningkat.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Sesuai dengan rumusan permasalahan yang telah ditetapkan sejak awal dan usaha-usaha yang telah dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, maka dapat disimpulkan:

1. Strategi untuk meningkatkan pemasaran Usaha Kecil Industri Rumah Tangga agar produk yang dihasilkan Mitra memiliki daya saing yang tinggi dapat dilakukan dengan banyak cara misalnya dengan meningkatkan kualitas produk dan kemasan, penentuan brand name, dimensi produk, dan desain kemasan dengan menerapkan teknologi Komputer Grafik dan Desain Komunikasi Visual pada ranah Multimedia. Selain meningkatkan mutu dan kualitas produk yang dihasilkan, meningkatkan daya saing produk dapat dilakukan dengan pengemasan produk dengan material kemasan yang sesuai. Pertimbangan yang perlu dilakukan adalah bahan baku kemasan haruslah murah, mudah didapat, siap pakai, dan memiliki kontinuitas yang tinggi.
2. Edukasi, penyampaian informasi dan pemahaman mengenai pentingnya mendapatkan sertifikat/surat perijinan usaha agar produk yang dihasilkan Mitra teregistrasi pada lembaga yang kompeten sehingga diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk. Umumnya pelaku Usaha Kecil Rumah Tangga tidak sepenuhnya sadar akan pentingnya ijin produksi bagi keberlangsungan produk usahanya. Oleh karena itu kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sekaligus mengedukasi Mitra sebagai pelaku Usaha Kecil Industri Rumah

Tangga agar memahami proses perijinan usaha atau PPIRT (Perijinan Produk Industri Rumah Tangga).

3. Usaha menyiapkan Mitra sebagai pelaku Usaha Kecil Industri Rumah Tangga agar memiliki kualitas dan kemasan produk yang baik harus dilakukan dengan mengikuti metode-metode yang baku dalam pemasaran misalnya dengan implementasi pada Label dan Kemasan produk. Material kemasan, kemudahan mendapatkan kemasan, kemasan siap pakai, dan harga yang terjangkau menjadi parameter untuk membuat desain kemasan yang akan diberikan kepada Mitra. Hal ini dimaksudkan agar Mitra selain memiliki produk yang dapat dipasarkan juga memiliki kemampuan produksi agar dapat bertahan dalam masa new normal dan penguatan dalam ketahanan pangan sehingga kedepannya dapat memberikan kemanfaatan bagi penduduk sekitar usaha mitra.

Adapun saran yang dapat diberikan dari hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah:

1. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam skema ketahanan pangan ini sebaiknya dapat dilakukan kontinyu di tahun-tahun berikutnya dengan proses perijinan kegiatan yang mudah sehingga roadmap pengabdian dapat diselesaikan dengan kegiatan yang berkesinambungan.
2. Perlu dilakukan kegiatan lanjutan dengan tema yang sama yaitu penguatan produksi kecil rumah tangga tapi dengan peningkatan dan pengembangan produksi dari sisi lainnya, misalnya dilihat dari sisi ketersediaan bahan baku, usaha-usaha menyediakan bahan baku secara mandiri, usaha untuk meningkatkan jumlah produksi, dan usaha untuk memperluas area pemasaran. Tujuannya adalah agar usaha produk rumah tangga ini bisa leading dan lebih mampu bersaing dengan produk sejenis lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, N. 2017. Analisis Usaha Industri Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga. Prosiding Seminar Hilirisasi Penelitian Untuk Kesejahteraan Masyarakat, Lembaga Penelitian Universitas Negeri Medan.
- Aprety, J. B. 2000. Analisis Dampak Krisis Ekonomi Pada Industri Tempe Skala Kecil (Studi Kasus : Di desa Citereup, Kecamatan Citereup, Kabupaten Bogor, Jawa Barat), Skripsi, Jurusan Ilmu Sosial Ekonomi pertanian. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.

- Djuaini, A. 2009. Strategi Bisnis Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. Skripsi. Surabaya: Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional.
- Klimchuk, M.R., Krasovec, S.A. 2007. Desain Kemasan - Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Rahardjo, S.T. 2019. Desain Grafis Kemasan UMKM. Penerbit Deepublish. Yogyakarta.
- Wahyudi, N., Satriyono, S. 2017. Mantra Kemasan Juara - Bukan Sekedar Bungkus-Bungkus. Penerbit PT Elex Media Komputindo. Jakarta.