

PROMOSI KERIPIK KENTANG “TERBANG” IBU YATI OMA MELALUI LABEL PRODUK KEMASAN

Yayah Rukiah^{1*}, Taufiq Akbar², FC. Ndaru Ranuhandoko³

¹²³Desain Komunikasi Visual, Fakultas bahasa dan Seni Universitas Indraprasta PGRI

*rukiahayah13@gmail.com

ABSTRAK. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat atau abdimas ini adalah untuk membantu mitra untuk mempromosikan produk dagangnya melalui label dagang/label produk pada kemasan. Abdimas yang dilakukan adalah salah satu kewajiban dari tridharma dosen. Kegiatan ini dilakukan di PKM KERIPIK KENTANG “TERBANG” IBU YATI OMA SRENGSENG JAKARTA BARAT yang berlokasi di Jalan Delima No. 48 Rt 008 Rw 01 Kelurahan Srengseng Kecamatan Kembangan Jakarta Barat. Keripik kentang “Terbang” ibu Yati Oma ini merupakan industri rumah tangga (homeindustry). Industri rumahan selama ini kurang memiliki kemampuan untuk bersaing di pasar, disebabkan karena rendah pengetahuan, keterampilan, dan kapabilitas terhadap penguasaan teknologi serta akses permodalan, padahal keberadaannya memiliki posisi penting dalam perekonomian nasional. Hal ini juga yang terjadi pada industri rumah tangga keripik kentang “Terbang”. Sejak membuka usaha ini sampai sekarang keripik kentang “Terbang” belum memiliki label dagang pada kemasannya. Berdasarkan hal tersebut tim kami berinisiatif untuk memberikan rancangan label dagang yang akan ditempelkan pada kemasan keripik kentang yang merupakan salah satu media promosi. Label memiliki peran penting pada produk makanan kemasan dan harus memenuhi persyaratan pelabelan. Label produk merupakan identitas dari sebuah produk yang akan dipasarkan. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah agar keripik kentang “Terbang” memiliki identitas pada produknya, sebagai pengingat bagi konsumen (brand awareness) dan dapat meningkatkan penjualan.

Kata kunci: label dagang, media promosi, keripik kentang, makanan

ABSTRACT. The purpose of this community service or abdimas is to help partners to promote their trade products through trade labels/product labels on the packaging. Abdimas carried out is one of the obligations of the lecturer's tridharma. This activity was carried out at the “Flying” PKM POTATO CRIPS MOM YATI OMA SRENGSENG WEST JAKARTA which is located at Jalan Delima No. 48 Rt 008 Rw 01 Srengseng Village, Kembangan District, West Jakarta. Yati Oma's mother Yati Oma's "Flying" potato chips are a home industry. The cottage industry so far lacks the ability to compete in the market, due to low knowledge, skills, and capabilities for mastering technology and access to capital, even though it has an important position in the national economy. This also happened to the home industry of "Flying" potato chips. Since opening this business until now the "Flying" potato chips have not had a trade label on the packaging. Based on this, our team took the initiative to provide a trade label design that will be affixed to the potato chip packaging which is one of the promotional media. Labels have an important role in packaged food products and must meet labeling requirements. Product label is the identity of a product to be marketed. The purpose of this community service is so that "Terbang" potato chips have an identity on their products, as a reminder for consumers (brand awareness) and can increase sales.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

Keywords: *trade label, promotional media, potato chips, food*

PENDAHULUAN

Industri rumah tangga atau *home industry* merupakan suatu peluang usaha yang mulai bermunculan dalam era sekarang karena semakin sempitnya lapangan kerja yang tersedia. Industri semacam ini dapat dikelola di dalam rumah sehingga dapat dipantau setiap saat. Usaha kecil semacam ini dikelola oleh orang-orang yang memiliki hubungan kekerabatan. Modal yang dibutuhkan usaha ini sedikit dan alat-alat yang digunakan bersifat manual.

Menurut Siswanto dalam Saleh et al., industri rumahan kurang mampu bersaing di pasar. Hal ini karena tingkat pengetahuan, keterampilan, dan kapabilitas terhadap teknologi serta akses sumber permodalan rendah, padahal industri rumahan memiliki posisi penting dalam perekonomian nasional. [1]. Peran industri rumahan dalam sistem ekonomi selain menciptakan lapangan kerja juga mampu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan rumahtangga, dalam banyak hal industri rumahan mampu berperan sebagai perekat dan stabilitas sosial terutama dalam mengurangi kesenjangan ekonomi dan sosial. Untuk mendukung pengembangan industri rumah tangga (*homeindustry*), maka pihak pemerintah telah menetapkan suatu kebijaksanaan dengan melakukan pembinaan bagi masyarakat yang melakukan industri kecil. Keberadaan industri kecil ini menempati peran yang penting dan strategis dalam pembangunan, karena dapat memberikan corak dan warna dalam usaha-usaha. [2]. Tujuan utama dari pengembangan usaha rumah tangga adalah untuk meningkatkan nilai produk yang memanfaatkan sumberdaya alam di Indonesia.

Salah satu bentuk industri rumah tangga yang berkembang di Indonesia adalah dibidang pangan. Menurut Wirakartakusumah dalam Fadhilah et al., keberadaan industri pangan di Indonesia dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang cukup banyak serta mampu mendorong berdirinya industri penunjang seperti industri pengolahan makanan dan industri kemasan. [3]

Masalah yang dihadapi industri rumah tangga adalah sebagai berikut : (1) Kurang mampu di bidang manajemen, (2) Keterampilan rendah, (3) Modal relatif kecil, (4) Jiwa wiraswasta rendah, (5) Jenis produk, (6) Aktivitas penjualan.

Pada pengabdian kepada masyarakat ini tim mengambil salah satu industri rumah tangga yaitu ibuLamiati atau lebih dikenal dengan ibu Yati Oma yang beralamat di Jalan Delima No. 48 Rt 008/01 Kelurahan Srengseng Kecamatan Kembangan Jakarta Barat. Produk yang dihasilkan adalah Keripik Kentang yang diberi nama Keripik Kentang “Terbang”. Asal mula keripik kentang “Terbang” ini adalah ibu mertua dari ibu Yati yaitu ibu Nasti (almh) yang membuatnya, dahulu ibu Nasti yang profesinya sebagai ibu rumah tangga juga seorang tukang masak di acara pernikahan ataupun acara lainnya. Setiap masak di suatu acara ibu Nasti selalu membuat keripik kentang ini dan menamakan keripik buatannya dengan keripik “Terbang”. Keripik kentang ini di masyarakat Betawi dikenal dengan nama keripik Mustofa atau keripik pengantin karena memang keripik ini dahulu hanya ditemui di acara pernikahan. Ibu Nasti menamakan keripik kentang ini dengan nama “Terbang” karena secara pembuatan dan bumbu agak berbeda dengan keripik kentang Mustofa dan yang merasakan keripik kentang buatannya serasa “Terbang” karena kerenyahan dan rasa dari keripik ini.

Setelah ibu Nasti meninggal dunia di tahun 1995, maka ibu Yati yang merupakan menantu meneruskan usaha keripik kentang ini. Keripik kentang “Terbang” tetap berusaha untuk berada dijaluannya dengan produk yang tahan lama kerenyahannya, berkulitas dan harga yang terjangkau. Keyakinan yang dipegang teguh tersebut akan membuat keripik kentang “Terbang” harus selalu memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan bagi konsumen. Tentu saja ini didorong oleh suatu komunikasi pemasaran



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

yang efektif agar produk tetap menjadi kesukaan konsumen. Komunikasi pemasaran yang dilakukan industri rumahan tentu berbeda dengan industri yang sudah besar dan mapan. Perbandingan jumlah produksi dan biaya sebuah home industri tidak sebesar industri besar atau pabrik makanan. Begitupun dengan keripik kentang “Terbang” yang memproduksi jika ada pesanan ataupun ada acara pernikahan, khitan dan lainnya.

Suatu *home industry* tentunya juga memerlukan sebuah komunikasi pemasaran atau aktivitas promosi untuk menarik minat konsumen akan produk yang dibuat. Industri rumahan akan dapat berkembang cepat jika produk yang dibuat dapat menawarkan nilai, manfaat, dan kualitas produk yang baik sebagai suatu diferensiasi produk serta keuletan pemilik usaha. Kemasan atau packaging yang baik dapat melindungi produk dari bahaya yang timbul pada saat pendistribusian, penyimpanan dan menyediakan produk yang praktis mudah di bawa oleh konsumen. Untuk komoditas pangan kemasan merupakan faktor penting dalam keamanan produk karena kemasan akan melindungi pangan dari kerusakan fisik, membuat produk tetap utuh sampai ketangan konsumen serta menghindari dari kontaminasi bahan kimia dan mikrobiolog. (Herudiansyah et al., 2019)

Proses brand building menjadi salah satu elemen penting dalam sebuah aktivitas komunikasi pemasaran. Merek dibuat untuk membuat identitas bagi produk yang akan ditawarkan. Diperlukan sebuah langkah-langkah dalam proses brand building ini. Merek akan masuk ke dalam benak konsumen atau awareness sebelum konsumen loyal untuk membeli sebuah produk. Brand Building atau membangun merek sangatlah penting dalam memasarkan sebuah produk. Merek menjadi suatu identitas dan investasi jangka panjang bagi suatu produk.

Sebelum memberikan solusi yang tepat dan diperlukan oleh mitra, terlebih dahulu kami melakukan survey dan wawancara apa yang mitra butuhkan. Keripik kentang ini mungkin sudah banyak tetapi keripik kentang “Terbang” ini berbeda dengan yang lainnya. Usaha keripik ini sebelum dipegang ibu Yati merupakan usaha ibu mertuanya yaitu ibu Nasti (almh) atau yang terkenal dipanggil Mimi.

Sejak dulu, usaha keripik kentang ini belum mempunyai label pada kemasannya. Hanya dikenal melalui mulut ke mulut, karena itu ada yang meniru usaha ini. Oleh sebab itu, tim abdimas menawarkan merancang label produk dagang yang akan ditempelkan pada kemasan sebagai langkah awal memperkenalkan dan memperluas usaha, yang terpenting adalah orisinalitas produk.

METODE PELAKSANAAN

Dalam kegiatan abdimas ini waktu kegiatan mulai dari perencanaan, persiapan, pelaksanaan, hingga penyusunan laporan berlangsung mulai bulan Maret 2021 sampai dengan bulan Juli 2021. Pelaksanaan kegiatan ini berupa perancangan label pada suatu produk dagang sebagai media promosi untuk suatu usaha perdagangan. Kegiatan ini dilaksanakan 2 pertemuan, yang pertama pada hari Selasa tanggal 22 Juni 2021 dan tanggal 29 Juni 2021 dilokasi mitra yang beralamat Jl. Delima No. 48 Rt 008/01 Srengseng, Kembangan, Jakarta Barat.

Metode pelaksanaan dalam kegiatan abdimas ini dibagi menjadi lima tahapan, yaitu:

1. Tahap Komunikasi

Tim pelaksana melakukan pendekatan dengan persuasive dan memastikan bahwa kegiatan ini adalah salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang merupakan tugas dari Dosen, serta menjamin bahwa kegiatan ini akan diberikan oleh narasumber yang memiliki kompeten di bidangnya. Dalam tahap ini tim melakukan koordinasi melalui pesan (Whatsapp) maupun telepon demi kelancaran kegiatan



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

dikarenakan situasi kondisi saat ini yang tidak memungkinkan untuk sering bertemu, tim dan mitra bertemu hanya untuk surat persetujuan kesediaan Mitra.

2. Tahap pengumpulan data observasi

Dalam tahap ini tim melakukan observasi dengan cara berdiskusi dengan mitra guna mendapatkan data yang berguna untuk kegiatan abdimas ini. Tim melakukan observasi tempat yang akan digunakan untuk pelaksanaan kegiatan ini guna menyiapkan alat- alat yang diperlukan pada saat kegiatan berlangsung.

3. Tahap persiapan kegiatan

Dalam tahapan ini tim pelaksana menyiapkan bahan dan tema yang dibutuhkan sebelum digunakan pada kegiatan abdimas, berupa label yang sudah dicetak, juga peralatan yang dibutuhkan.

4. Tahap pelaksanaan kegiatan.

Dalam tahapan ini tim pelaksana yang terdiri dari 3 dosen melakukan kegiatan abdimas yang bertempat di usaha keripik kentang “Terbang” Ibu Yati Oma yang beralamat Jalan Delima No. 48 Rt 008/01 Srengseng Kembangan Jakarta Barat.

5. Tahap Penyusunan laporan

Dalam tahap ini tim membuat dan menyusun laporan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan laporan akhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pengabdian kepada masyarakat kali ini, kami tim dosen dari Prodi Desain Komunikasi Visual berkontribusi memberikan penyuluhan dan desain label produk untuk PKM Keripik Kentang “Terbang” Ibu Yati Oma yang beralamat di Jakarta Barat.

Pemilihan mitra ini sangat beralasan, karena semenjak usaha Ibu Yati ini berdiri produk dagangannya belum mempunyai label produk pada kemasannya. Langkah awal pada pengabdian kepada masyarakat ini, tim abdimas berdiskusi dengan mitra mengenai penyuluhan pentingnya label produk dan media promosi untuk suatu usaha dagang dan disambut baik oleh mitra. Selama ini pemasaran produk hanya dari mulut ke mulut dan tidak ada label pada kemasannya. Oleh sebab itu, tim abdimas mengusulkan pembuatan label produk untuk kemasan dan sticker pada etalese dagang. Setelah usulan tim diterima, maka tim membuat beberapa alternatif desain untuk label produk dengan 2 (dua) bentuk.

1. Alternatif Desain Label Dagang/ Produk

Alternatif Desain 1 :

Pada alternatif desain 1 tim membuat label lebih banyak menggunakan tipografi, logo untuk keripik kentang “Terbang” dibuat dengan logotype. Warna pada kata “Terbang” menggunakan warna coklat yang merupakan warna dari kentang. Label ini juga mencantumkan varian bentuk dari keripik kentang tersebut yaitu bulat dan Panjang, juga nomor kontak ibu Yati untuk pemesanan. Ukuran dari label persegi 9 x 5 cm, sedangkan yang lingkaran berdiameter 5 cm. Penempatan label ini akan ditempel pada kemasan plastik dan dicetak menggunakan sticker vinyl. Penggunaan sticker vinyl karena daya rekat sticker vinyl sangat kuat untuk media plastik dengan permukaan licin dan juga tahan akan air.



This work is licensed under [International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



[ial-ShareAlike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Gambar 1. Desain Label ukuran 9 x 5 cm (Alt. 1)
Sumber: dokumentasi pribadi, 2021



Gambar 2. Desain Label berdiameter 5 cm (Alt. 1)
Sumber: dokumentasi pribadi, 2021

Alternatif Desain 2 :

Pada alternatif desain 2 tim, logo untuk keripik kentang “Terbang” tetap dibuat dengan logotype. Tapi pada alternatif 2 ada penambahan logogram bentuk kentang dengan sayap di kiri dan kanan, alternatif 2 ini lebih menekankan pada kentang terbang. Warna pada kata “Terbang” menggunakan warna coklat yang merupakan warna dari kentang. Label ini juga mencantumkan varian bentuk dari keripik kentang tersebut yaitu bulat dan Panjang, juga nomor kontak ibu Yati untuk pemesanan. Ukuran dari label persegi 9 x 5 cm, sedangkan yang lingkaran berdiameter 5 cm. Penempatan label ini akan ditempel pada kemasan plastik dan dicetak menggunakan sticker vinyl. Penggunaan sticker vinyl karena daya rekat sticker vinyl sangat kuat untuk media plastik dengan permukaan licin dan juga tahan akan air.



This work is licensed under
[International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



[-ShareAlike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Gambar 3. Desain Label ukuran 9 x 5 cm (Alt. 2)

Sumber: dokumentasi pribadi, 2021



Gambar 4. Desain Label berdiameter 5 cm (Alt. 2)

Sumber: dokumentasi pribadi, 2021

Alternatif Desain 3 :

Alternatif desain 3 ini tim mengusulkan menambahkan ilustrasi dari profil ibu Yati. Setelah komunikasi dengan ibu Yati dan beliau setuju memasukan ilustrasi profil beliau, maka tim buat desain baru sebagai alternatif. Pada label ini dibuat lebih sederhana dengan tetap *background* menggunakan warna biru, ditengah ada *shape* berwarna coklat yang melambangkan tanah. Dalam *shape* tersebut, sebelah kiri ilustrasi profil ibu Yati lalu ada nama produk dan varian bentuknya sedangkan untuk kontak hubung terdapat di luar *shape* dan dengan posisi di bawah. Ukuran dari label persegi 9 x 5 cm, sedangkan yang lingkaran berdiameter 5 cm. Penempatan label ini akan ditempel pada kemasan plastik dan dicetak menggunakan sticker vinyl. Penggunaan sticker vinyl karena daya rekat sticker vinyl sangat kuat untuk media plastik dengan permukaan licin dan juga tahan akan air



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



Gambar 5. Desain Label ukuran 9 x 5 cm (Alt. 3)
Sumber: dokumentasi pribadi, 2021



Gambar 6. Desain Label berdiameter 5 cm (Alt. 3)
Sumber: dokumentasi pribadi, 2021

2. Plastik Standing Pouch

Setelah dibuat beberapa alternatif untuk rancangan label produk, maka dipilih 1 rancangan yang akan digunakan untuk label produk pada kemasan. Kemasan yang digunakan untuk keripik ini adalah plastik *standing pouch* berukuran 16 x 24 cm yang dapat di isi ¼ kg keripik. Proses pembuatan keripik ini yang sangat lama menyebabkan harganya juga tinggi untuk perkilonya, karena harga yang tinggi inilah ibu Yati menjual dengan kemasan ¼ kg agar semua masyarakat bisa membelinya.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



[Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Gambar 7. *Standing Pouch*

Sumber: [https://www.google.com/imgres?imgurl=pouch-bening-transparan-plastik-klip-bening-bisa-berdiri-untuk-snack-\(UKURAN-BESAR\) 2021](https://www.google.com/imgres?imgurl=pouch-bening-transparan-plastik-klip-bening-bisa-berdiri-untuk-snack-(UKURAN-BESAR) 2021)



Gambar 8. *Standing Pouch* setelah di isi keripik kentang

Sumber: dokumentasi pribadi, 2021

3. Hasil Rancangan

Rancangan label yang tim ajukan ke mitra ada 3 (tiga) alternatif, setelah berdiskusi maka mitra memilih rancangan alternatif 3 (tiga). Alasan mitra memilih alternatif ini karena



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

pada rancangan ini terdapat ikon dari ibu Yati yang memang berhijab dan dibuat ilustrasinya, juga ada *logotype* Keripik Kentang “Terbang” Ibu Yati Oma.



Gambar 9. Label Produk Kemasan
Sumber: dokumentasi pribadi, 2021

4. Pelaksanaan Kegiatan Abdimas

Proses selanjutnya setelah perancangan dan pemilihan label dilakukan tim bersama dengan mitra, lanjut pada proses pencetakan label. Selesai proses cetak, lalu label dipotong sesuai dengan ukuran 9 x 5 cm, dan tahap akhir menempelkan label produk pada kemasan. Sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada hari yang sudah ditentukan, tim abdimas dan mitra menempelkan label pada plastik *standing pouch* pada hari Selasa tanggal 22 Juli 2021.



Gambar 10. Penempelan Label Produk pada Kemasan
Sumber: dokumentasi pribadi, 2021

Pada hari yang sudah disepakati untuk melaksanakan kegiatan abdimas ini yaitu hari Selasa tanggal 29 Juni 2021 yang bertempat di lokasi mitra. Tahap awal kegiatan ini tim menyerahkan *sticker* yang akan ditempelkan pada kaca etalase dagang ibu Yati, dengan tujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan keripik kentang “Terbang” bila ada konsumen atau pelanggan yang datang akan melihat *sticker* tersebut.



Gambar 11. Sticker uk. A4 (21 x 29,7 cm)
Sumber: dokumentasi pribadi, 2021



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



Gambar 12. Penyerahan dan penempelan *Sticker*

Sumber: dokumentasi pribadi, 2021



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

Gambar 13. Penempelan label pada kemasan keripik
Sumber: dokumentasi pribadi, 2021



Gambar 14. Kemasan keripik
Sumber: dokumentasi pribadi, 2021



Gambar 15. Foto bersama mitra
Sumber: dokumentasi pribadi, 2021



Gambar 16. Mitra dengan produk keripik kentang “Terbang”
Sumber: dokumentasi pribadi, 2021

KESIMPULAN

Keripik kentang ini merupakan makanan yang sangat digemari. Pada masyarakat Betawi keripik ini dikenal dengan nama keripik mustofa atau keripik pengantin, karena keripik ini ad ajika ada acara nikahan saja. Usaha keripik kentang “Terbang” ibu Yati merupakan usaha turun temurun yang didapat dari ibu mertuanya yang Bernama ibu Nasti. Sejak dahulu, keripik kentang ini tidak memiliki label pada kemasannya, pemasaran dilakukan dari pelanggan ke pelanggan tanpa ada nomor kontak apalagi logo. Hal ini yang menyebabkan keripik kentang ini kurang berkembang.

Permasalahan yang dihadapi ibu Yati membuat tim abdimas ingin membantu dan menjadikan ibu Yati sebagai mitra pengabdian kepada masyarakat. Sebelum melaksanakan abdimas tim bertemu dan membicarakan apa yang dibutuhkan mitra, tim abdimas mencoba membuat beberapa alternatif label



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

produk pada kemasan yang akan dipilih oleh mitra. Setelah mitra memilih salah satu desain yang tim abdimas buat, lalu proses pencetakan label produk yang dicetak menggunakan stiker vinyl yang memiliki daya rekat kuat dibanding yang lain karena media tempat untuk menempel berupa plastik yang permukaannya licin.

Pelaksanaan abdimas dilaksana pada hari dan waktu yang sudah disepakati. Sebelumnya tim dan mitra menempelkan label pada kemasan yang akan digunakan, kemasan menggunakan plastik standing pouch. Setelah semua label ditempel lalu di isi dengan keripik dan siap dijual. Tim juga memberikan sticker untuk ditempelkan pada kaca etalase dagang ibu Yatu, dengan harapan konsumen atau masyarakat yang lalu Lalang dapat melihat dan tertarik untuk memesan. Kegiatan abdimas ini ditutup dengan foto bersama mitra.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Saleh, K., Sumardjo, S., Hubeis, A. V. S., & Puspitawati, H. (2018). Penguatan Modal Sosial Menuju Kemandirian Perempuan Perdesaan Pelaku Industri Rumahan Emping Melinjo di Provinsi Banten. *Jurnal Penyuluhan*, 14(1), 43–51.
- [2] Syahdan, S. (2019). Peran Industri Rumah Tangga (Home Industry) pada Usaha Kerupuk Terigu terhadap Pendapatan Keluarga di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur. *MANAZHIM*, 1(1), 45–63.
- [3] Fadhilah, A., Darma, R., & Amrullah, A. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Rumah Tangga. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(3).
- [4] Herudiansyah, G., Candra, M., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan pentingnya label pada kemasan produk dan pajak pada usaha kecil menengah (ukm) desa tebedak ii kecamatan payaraman ogan ilir. *Suluhabdi*, 1(2).

