

Pemberdayaan Industri Rumah Tangga Melalui Peningkatan Kualitas Dan Kemasan Produk Olahan Lokal

Fanji Farman^{*1}, Ahmad Andy Adinegara², Ina Nusuki³, Tiana Fenny Krisdina⁴, Maman Nurachman⁵

^{1,3}Telkom University, ^{2,4,5}Universitas Sebelas April

Email*: fanjifarman@telkomuniversity.ac.id

Riwayat Artikel

Diterima: 31 Juni 2025

Revisi: 12 Juli 2025

Diterima: 17 Juli 2025

Kata Kunci:

Industri Rumah Tangga,
Kualitas Produk Lokal,
Inovasi Kemasan,
Pemasaran Digital,
Pemberdayaan Ekonomi

Abstrak

Industri rumah tangga memainkan peran penting dalam meningkatkan perekonomian pedesaan, khususnya di Desa Cipeles, Kecamatan Tomo, Kabupaten Sumedang. Industri ini tidak hanya berfungsi sebagai sumber penghidupan bagi masyarakat setempat, tetapi juga memiliki potensi besar dalam meningkatkan daya saing produk lokal. Namun, dalam praktiknya, industri rumah tangga di desa ini masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhannya, terutama dalam hal kualitas produk dan inovasi kemasan. Produk olahan lokal sering kali kesulitan dalam standarisasi bahan baku, teknik produksi, dan estetika kemasan, menjadikannya kurang menarik bagi konsumen. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan upaya pemberdayaan yang sistematis dan terarah untuk meningkatkan daya saing industri rumah tangga melalui peningkatan kualitas dan inovasi kemasan. Memberikan bantuan dalam penerapan standarisasi bahan baku, pelatihan kebersihan dan sanitasi, serta desain kemasan yang menarik diharapkan dapat meningkatkan daya jual produk lokal dari Desa Cipeles. Selain itu, pemanfaatan strategi pemasaran digital dan penguatan merek merupakan faktor kunci dalam memperluas jangkauan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan solusi konkret bagi pengembangan industri rumah tangga yang berkelanjutan, sehingga berkontribusi pada kesejahteraan ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat setempat. Kolaborasi antara pemerintah, lembaga keuangan, dan masyarakat sangat penting untuk mengatasi keterbatasan akses modal, adopsi teknologi, dan pelatihan. Dengan strategi yang tepat, peningkatan kualitas produk dan kemasan inovatif dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi, memastikan bahwa industri lokal tetap kompetitif di pasar yang semakin modern.

Abstrack

Keywords:

Household Industry, Local
Product Quality, Packaging
Innovation, Digital
Marketing, Economic
Empowerment

The household industry plays a crucial role in improving the rural economy, particularly in Cipeles Village, Tomo District, Sumedang Regency. This industry not only serves as a source of livelihood for the local community but also holds significant potential in enhancing the competitiveness of local products. However, in practice, the household industry in this village still faces various challenges that hinder its growth, especially in terms of product quality and packaging innovation. Local processed products often struggle with standardization of raw materials, production techniques, and packaging aesthetics, making them less attractive to consumers. To address these challenges, a systematic and targeted empowerment effort is required to enhance the competitiveness of household industries through quality improvement and packaging innovation. Providing

assistance in implementing raw material standardization, hygiene and sanitation training, and attractive packaging design is expected to increase the marketability of local products from Cipeles Village. Moreover, the utilization of digital marketing strategies and branding reinforcement are key factors in expanding market reach. This study aims to provide concrete solutions for sustainable household industry development, ensuring that it contributes to the broader economic welfare of the local community. Collaboration between the government, financial institutions, and the community is essential to overcoming the limitations of capital access, technology adoption, and training. With the right strategy, enhancing product quality and innovative packaging can serve as a driving force for economic growth, ensuring that local industries remain competitive in an increasingly modern market.

1. Pendahuluan

Industri rumah tangga memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat desa, termasuk di Desa Cipeles, Kecamatan Tomo, Kabupaten Sumedang. Industri ini tidak hanya menjadi sumber mata pencaharian bagi masyarakat setempat tetapi juga memiliki potensi besar dalam meningkatkan daya saing produk lokal. Namun, dalam praktiknya, industri rumah tangga di desa ini masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat perkembangannya, khususnya dalam aspek kualitas produk dan kemasan. Produk olahan lokal yang dihasilkan masih menghadapi kendala dalam standarisasi bahan baku, teknik produksi, serta estetika kemasan yang kurang menarik bagi konsumen.

Oleh karena itu, diperlukan upaya pemberdayaan yang sistematis dan terarah untuk meningkatkan daya saing industri rumah tangga melalui peningkatan kualitas produk dan inovasi kemasan. Dengan adanya pendampingan dalam penerapan standarisasi bahan baku, pelatihan higiene dan sanitasi, serta desain kemasan yang menarik, diharapkan produk olahan lokal dari Desa Cipeles dapat memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Selain itu, pemanfaatan strategi pemasaran digital dan penguatan branding produk juga menjadi faktor kunci dalam memperluas jangkauan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan solusi konkret bagi industri rumah tangga agar dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan dampak ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat setempat

Industri rumah tangga memiliki peran vital dalam pengembangan ekonomi pedesaan. Sebagai sektor ekonomi yang berbasis komunitas, industri ini mampu menyerap tenaga kerja lokal, mengurangi angka pengangguran, dan meningkatkan pendapatan masyarakat desa. Misalnya, penelitian oleh Cece (2017) menunjukkan bahwa keberadaan industri rumah tangga di Desa Calio, Kecamatan Lilirilau, Kabupaten Soppeng, berkontribusi signifikan dalam menyerap tenaga kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Selain itu, industri rumah tangga seringkali memanfaatkan sumber daya lokal, baik bahan baku maupun keterampilan tradisional, sehingga mendorong pemanfaatan potensi desa secara optimal dan berkelanjutan.

Namun, meskipun memiliki peran strategis, pengembangan industri rumah tangga di pedesaan seringkali belum mendapatkan perhatian yang memadai. Keterbatasan akses terhadap modal, teknologi, dan pelatihan menjadi hambatan utama dalam pengembangan sektor ini. Sulistiyanto (2017) menekankan bahwa pengembangan industri rumah tangga, terutama yang berbasis industri kreatif, sangat menjanjikan untuk meningkatkan perekonomian desa. Oleh karena itu, diperlukan upaya kolaboratif antara pemerintah, lembaga keuangan, dan masyarakat untuk menyediakan dukungan yang diperlukan, seperti akses permodalan, pelatihan keterampilan, dan pengembangan infrastruktur, guna mengoptimalkan peran industri rumah tangga dalam pembangunan ekonomi pedesaan.

Banyak produk olahan lokal di Indonesia yang belum memiliki standarisasi dalam bahan baku dan proses produksi, sehingga kualitasnya tidak konsisten dan sulit bersaing di pasar yang lebih luas. Hal ini disebabkan oleh kurangnya penerapan Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik (CPPOB) di kalangan pelaku industri rumah tangga. Sebagai contoh, penelitian oleh Hermanto (2020) menunjukkan bahwa penerapan CPPOB pada industri abon ikan tuna di Kecamatan Panyileukan, Bandung, masih belum optimal, meskipun produk yang dihasilkan telah memenuhi spesifikasi mutu Standar Nasional Indonesia (SNI). Kurangnya standarisasi ini berdampak pada ketidakstabilan kualitas produk, yang pada gilirannya mempengaruhi kepercayaan konsumen dan daya saing produk di pasar.

Sistem standarisasi di Indonesia telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 102 Tahun 2000 tentang Standardisasi Nasional. Namun, implementasinya pada industri rumah tangga masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan sumber daya dan kurangnya sosialisasi mengenai pentingnya standarisasi. Menurut penelitian oleh Hermanto (2020), penerapan CPPOB pada industri rumah tangga pembuatan abon ikan tuna di Kecamatan Panyileukan, Bandung, masih belum optimal, meskipun produk yang dihasilkan telah memenuhi spesifikasi mutu Standar Nasional Indonesia (SNI). Oleh karena itu, diperlukan upaya kolaboratif antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat untuk meningkatkan kesadaran dan penerapan standarisasi dalam industri rumah tangga, guna memastikan konsistensi kualitas produk dan meningkatkan daya saing di pasar yang lebih luas.

Produk olahan lokal di Indonesia seringkali masih menggunakan kemasan yang sederhana dan kurang menarik, sehingga sulit untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan nilai jual produk. Desain kemasan yang lemah ini menjadi kendala dalam meningkatkan daya saing produk di pasar modern. Hendri Hendarta (2010), Sekretaris Umum Asosiasi Pedagang Ritel Indonesia (Aprindo) Jawa Barat, menyatakan bahwa desain produk olahan lokal yang terlalu sederhana membuatnya kurang mampu menarik konsumen. Padahal, kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dan citra produk.

Kurangnya inovasi dalam desain dan kemasan produk UMKM dapat disebabkan oleh keterbatasan sumber daya dan kurangnya pemahaman tentang pentingnya kemasan yang menarik dan fungsional. Pelatihan dan pendampingan dalam pengembangan desain kemasan menjadi salah satu solusi untuk memberdayakan UMKM. Menurut sebuah penelitian, pelatihan desain kemasan produk dapat membantu UMKM bersaing dengan produk sejenis buatan perusahaan asing yang menguasai pasar domestik. Dengan demikian, inovasi dalam desain dan kemasan produk menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk olahan lokal di Indonesia.

Pelaku usaha rumah tangga di Desa Cipeles menghadapi tantangan signifikan dalam mengembangkan usaha mereka, terutama terkait keterbatasan modal dan akses terhadap teknologi produksi modern. Keterbatasan modal ini menghambat kemampuan mereka untuk berinvestasi dalam peralatan canggih dan teknologi mutakhir yang dapat meningkatkan efisiensi serta kualitas produksi. Sebagai akibatnya, banyak dari mereka yang masih mengandalkan metode produksi tradisional dengan peralatan sederhana, yang berdampak pada rendahnya produktivitas dan kualitas produk yang dihasilkan. Kondisi ini sejalan dengan temuan Dewi (2014), yang mengidentifikasi bahwa keterbatasan modal menyebabkan pengusaha tidak dapat memanfaatkan peluang pasar untuk pengembangan usaha mereka.

Keterbatasan modal juga membatasi akses pelaku usaha terhadap teknologi informasi dan komunikasi yang dapat mendukung pemasaran dan distribusi produk secara lebih luas. Tanpa modal yang memadai, sulit bagi mereka untuk mengadopsi platform digital atau e-commerce yang semakin penting dalam era globalisasi ini. Hal ini mengakibatkan produk-produk olahan lokal dari Desa Cipeles kurang dikenal di pasar yang lebih luas, sehingga

membatasi pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka. Oleh karena itu, diperlukan intervensi berupa akses permodalan yang lebih mudah dan terjangkau, serta pelatihan dalam pemanfaatan teknologi produksi dan digitalisasi pemasaran untuk memberdayakan industri rumah tangga di desa ini.

Pelaku usaha rumah tangga di Desa Cipeles menghadapi tantangan signifikan dalam memasarkan produk mereka, terutama karena keterbatasan akses pasar dan kurangnya pemanfaatan strategi pemasaran digital. Sebagian besar produk olahan rumah tangga hanya dipasarkan dalam skala lokal melalui metode tradisional, seperti penjualan langsung di pasar atau melalui jaringan pribadi. Keterbatasan ini mengakibatkan produk mereka sulit bersaing dan kurang dikenal di pasar yang lebih luas. Keterbatasan aksesibilitas dan pengetahuan tentang teknologi digital sering kali menjadi hambatan utama bagi pengusaha lokal dalam memasarkan produk mereka secara lebih luas (Ramadhana & Soebiantoro, 2023). Selain itu, kurangnya informasi mengenai tren pasar dan preferensi konsumen juga membatasi kemampuan mereka untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif.

Kurangnya kesadaran pelaku usaha rumah tangga akan pentingnya branding dan pengemasan turut berkontribusi pada rendahnya daya saing produk mereka. Banyak pelaku UMKM yang belum menyadari peran merek dalam peningkatan daya saing produknya; mereka lebih fokus terhadap aspek penjualan produk tanpa memperhatikan identitas merek yang kuat (Suryani & Suryani, 2017). Padahal, branding yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen, serta membedakan produk dari pesaing. Tanpa identitas merek yang jelas dan kemasan yang menarik, produk olahan rumah tangga cenderung kurang diminati oleh konsumen, terutama di pasar yang lebih kompetitif. Oleh karena itu, peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam strategi branding dan desain kemasan menjadi krusial bagi pelaku usaha rumah tangga di Desa Cipeles untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar produk mereka.

Pelaku usaha rumah tangga di Desa Cipeles menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan produk olahan lokal mereka. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan akses pasar dan strategi pemasaran. Banyak produk yang hanya dipasarkan dalam skala lokal dan belum memanfaatkan platform digital seperti e-commerce dan media sosial untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Keterbatasan ini sering disebabkan oleh kurangnya informasi mengenai tren pasar, preferensi konsumen, serta keterbatasan sumber daya untuk mengadopsi teknologi digital. Menurut Panda.id (2023), UMKM desa sering menghadapi hambatan seperti kurangnya informasi dan keterbatasan sumber daya dalam mengakses pasar yang lebih luas. Selain itu, masalah logistik dan distribusi juga menjadi tantangan utama, di mana biaya logistik yang tinggi dapat mengurangi margin keuntungan dan membuat produk kurang kompetitif di pasar (Anwar, 2023).

Kurangnya kesadaran pelaku usaha akan pentingnya branding dan pengemasan turut berkontribusi pada rendahnya daya saing produk. Banyak pelaku usaha rumah tangga yang belum memahami bahwa kemasan bukan hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang dapat menarik minat konsumen dan membangun citra produk. Desain kemasan yang kurang menarik dan ketiadaan label yang informatif membuat produk sulit bersaing dengan produk serupa dari daerah lain yang memiliki kemasan lebih profesional. Imani et al. (2023) mengemukakan bahwa rendahnya kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya label pada kemasan produk menyebabkan kesulitan dalam menarik konsumen dan meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam strategi branding dan desain kemasan menjadi krusial untuk meningkatkan daya saing produk olahan lokal di pasar yang lebih luas.

UMKM yang berhubungan dengan makanan adalah salah satu sektor yang membantu mendorong perekonomian Indonesia. Seperti dilaporkan oleh Kemenkop UKM (2021), UMKM ini menyumbang lebih dari 60%, dengan makanan sebagai kontributor terbesar. Produk olahan berbasis bahan baku lokal, seperti Keripik Surga yang menggunakan Surabi sebagai bahan utama, memiliki potensi besar untuk berkembang jika kualitas dan

kemasan diperbaiki. Susanti & Rahmawati (2020) mencatat bahwa produksi makanan tradisional sering kali mengalami beberapa derajat masalah terkait pemeliharaan kualitas produk, yang pada gilirannya mempengaruhi daya saing produksi di pasar modern. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan yang lebih besar pada pengolahan makanan lokal untuk menyelesaikan masalah yang telah kita sebutkan dan meningkatkan nilai tambah produk.

Inovasi teknologi telah mengubah dinamika industri makanan lokal karena sekarang mungkin untuk produk diproduksi secara massal dan tetap mempertahankan kualitasnya. Teknologi seperti pengeringan modern, pemotongan otomatis, dan pengemasan vakum memberi UMKM peluang besar untuk meningkatkan efisiensi produksi sambil mempertahankan kualitas produk. Studi yang dilakukan oleh Taufik et al. (2019) mengungkapkan bahwa penerapan teknologi pengeringan modern untuk produksi keripik mampu memperpanjang umur simpan hingga lima puluh persen tanpa mengubah rasa aslinya. Dalam kasus Keripik Surga, penerapan teknologi serupa dapat membantu meningkatkan tekstur dan rasa keripik berbasis surabi.

Selanjutnya, Rahmawati et al. (2021) menekankan pentingnya menyediakan teknologi yang tepat yang bertujuan untuk membantu UMKM meningkatkan produksinya. Dengan alat sederhana seperti pengering otomatis berukuran sedang, kapasitas UMKM dapat meningkat lebih dari 40%, menjadikan produk mereka lebih berdaya saing di pasar lokal dan internasional. Kemasan memiliki peran penting tidak hanya dalam melindungi produk tetapi juga dalam menarik perhatian pelanggan. Studi Dewi & Hartono (2020) menemukan bahwa kemasan yang inovatif dan informatif dapat meningkatkan niat beli konsumen sebesar 60%, terutama untuk produk seperti Keripik Surga di mana strategi promosi dapat menggabungkan kemasan yang ditingkatkan yang mencerminkan budaya lokal dan identitas produk.

Selain itu, ada tren global yang berkembang mengenai peningkatan permintaan terhadap produk yang dikemas ramah lingkungan. Sari & Purnomo (2021) mengamati bahwa konsumen modern memiliki kepedulian yang kuat terhadap degradasi lingkungan yang berasal dari produk yang mereka beli. Dengan menggunakan bahan kemasan biodegradable, Keripik Surga tidak hanya akan mempertahankan daya tarik di pasar lokal tetapi juga memenuhi standar lingkungan yang penting untuk ekspor produk. Transformasi digital semakin menjadi strategi utama untuk mencapai penetrasi pasar yang lebih besar bagi para pelaku UMKM. Laporan yang dirilis oleh Google & Temasek (2020) menunjukkan bahwa melalui digitalisasi, UMKM mampu menjangkau konsumen di luar lokasi geografis mereka hingga mencapai pasar global. Menurut Prasetyo et al. (2021), penjualan melalui promosi di media sosial seperti Instagram dan toko online dapat meningkatkan penjualan produk UMKM hingga 70%.

Di sisi lain, unsur utama yang menjadi penghambat bagi UMKM adalah lemahnya pemahaman mengenai literasi digital. Setyawan & Nugroho (2021) menekankan perlunya pelatihan yang diberikan kepada pelaku UMKM agar dapat memanfaatkan platform online secara efektif. Dalam konteks Keripik Surga, hal ini bisa berupa pelatihan dalam pembuatan konten visual yang menarik, keleluasaan dalam pengelolaan toko online, hingga pemanfaatan iklan di dunia maya untuk menarik perhatian pembeli. Sementara pada Kewirausahaan Berbasis Komunitas, ini merupakan kebijakan dalam rangka upaya meningkatkan daya saing UMKM. Purnamasari et al. (2020), sementara itu, memperkirakan bahwa koperasi lokal, yang fokus pada penawaran pelatihan, pendanaan, dan akses pasar memungkinkan peserta UMKM untuk menghasilkan 35 persen lebih banyak. Segitiga Edukatif atau model pemberdayaan mampu diterapkan pada UMKM Keripik Surga dengan melibatkan pemerintah desa, koperasi, dan lembaga pendidikan tinggi untuk melaksanakan pelatihan dan dukungan teknis.

Kerjasama pendidikan dengan institusi pendidikan juga membawa dividen tambahan berupa transfer teknologi dan inovasi. Yusuf et al. (2019) melaporkan bahwa kemitraan universitas dan UMKM di Jawa Barat telah mampu meningkatkan pertumbuhan produktivitas sebesar 45%. Dengan demikian Keripik Surga dalam konteks

Enterprise ini dapat memadukan pengajaran dengan pengembangan teknologi baru untuk proses produksi dan perencanaan bisnis. Signifikansi penelitian ini meningkat karena bertujuan untuk meningkatkan UMKM sebagai salah satu pilar integral ekonomi lokal. Penelitian ini menggabungkan teknologi pengolahan makanan, desain kemasan modern dan pemasaran digital yang tidak hanya meningkatkan daya saing UMKM tetapi juga membantu preservasi masakan lokal.

Perkembangan Desain Kemasan membantu untuk menargetkan dengan lebih efektif dan lebih cepat dengan fokus pada desain dan bahan ramah lingkungan. Dengan mengubah Pemasaran Global menjadi Strategi Lokal, Transformasi Digital menekankan penggunaan dan integrasi teknologi pemasaran online dengan strategi bisnis lokal untuk memperluas akses pasar melalui penggunaan platform digital. Pemberdayaan Komunitas mengacu pada kerja sama dengan institusi lokal, koperasi, dan ilmuwan untuk memperkuat kapasitas UMKM melalui pelatihan dan pendampingan. Terakhir, Urgensi Penelitian menekankan pentingnya strategi yang bertujuan untuk pemberdayaan UMKM seperti produk Keripik untuk ekonomi lokal, budaya, dan tujuan keberlanjutan

2. Metode

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam fenomena pemberdayaan industri rumah tangga melalui peningkatan kualitas dan kemasan produk olahan lokal di Desa Cipeles. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali informasi yang kaya dan detail mengenai pengalaman, persepsi, dan interaksi pelaku usaha dalam konteks sosial mereka. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan meliputi observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Observasi partisipatif memungkinkan peneliti untuk terlibat langsung dalam aktivitas sehari-hari pelaku usaha, sehingga dapat memahami proses produksi dan tantangan yang dihadapi secara langsung. Wawancara mendalam akan dilakukan dengan pelaku usaha, pemerintah desa, dan konsumen untuk mendapatkan perspektif yang komprehensif mengenai kualitas produk dan desain kemasan. Studi dokumentasi akan melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber tertulis, seperti laporan, arsip, dan literatur yang relevan. Pendekatan ini sejalan dengan metode yang digunakan oleh Pramuditya (2021) dalam penelitiannya tentang pemberdayaan industri rumahan, di mana teknik observasi dan wawancara digunakan untuk mengumpulkan data yang mendalam.

Analisis data akan dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, informasi yang telah dikumpulkan akan diseleksi dan disederhanakan sesuai dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data yang relevan akan disajikan dalam bentuk narasi deskriptif untuk memudahkan pemahaman mengenai pola dan hubungan antar variabel. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan, di mana interpretasi terhadap data dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan memberikan rekomendasi strategis. Proses analisis ini mengacu pada model yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1994), yang menekankan pentingnya interaksi antara pengumpulan dan analisis data dalam penelitian kualitatif. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai strategi pemberdayaan industri rumah tangga melalui peningkatan kualitas dan inovasi kemasan produk olahan lokal di Desa Cipeles.

3. Hasil dan Pembahasan

Konsep Industri rumah tangga di Desa Cipeles, Kecamatan Tomo, Kabupaten Sumedang, memainkan peran penting dalam perekonomian lokal. Jenis usaha yang dominan di desa ini meliputi pengolahan hasil pertanian, seperti produksi makanan ringan dan kerajinan tangan berbasis sumber daya lokal. Hal ini sejalan dengan temuan Syahdan dan Husnan (2019), yang menyatakan bahwa industri rumah tangga berbasis pengolahan hasil pertanian merupakan sektor utama di banyak desa di Indonesia. Karakteristik pelaku usaha rumah tangga di Desa Cipeles

umumnya adalah keluarga dengan keterampilan turun-temurun dalam bidang tertentu. Sebagian besar dari mereka memanfaatkan sumber daya lokal dan alat-alat sederhana dalam proses produksi. Menurut penelitian oleh Kiki Joesyiana (2017), industri rumah tangga seringkali dikelola oleh keluarga dengan modal terbatas dan teknologi sederhana, namun memiliki fleksibilitas tinggi dalam operasionalnya. Skala produksi di Desa Cipeles bervariasi, mulai dari produksi kecil untuk memenuhi kebutuhan lokal hingga distribusi ke pasar yang lebih luas. Distribusi produk biasanya dilakukan secara langsung oleh produsen ke konsumen atau melalui pasar tradisional di sekitar wilayah Sumedang. Hal ini konsisten dengan studi oleh Sely Anggi Saputri (2019), yang menemukan bahwa industri rumah tangga sering mengandalkan jaringan lokal dan pemasaran langsung untuk menjual produk mereka.

Industri rumah tangga di Desa Cipeles, Kecamatan Tomo, Kabupaten Sumedang, menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan dan daya saing mereka. Salah satu kendala utama adalah kualitas bahan baku dan proses produksi yang belum optimal. Keterbatasan akses terhadap bahan baku berkualitas tinggi seringkali mempengaruhi kualitas akhir produk. Selain itu, proses produksi yang masih tradisional dan minimnya penerapan teknologi modern menyebabkan efisiensi produksi rendah dan kualitas produk yang tidak konsisten. Hal ini sejalan dengan temuan Suyadi, Syahdanur, dan Susie (2017), yang menyatakan bahwa keterbatasan akses terhadap teknologi modern menjadi salah satu hambatan utama dalam pengembangan UMKM di Indonesia. Selain itu, keterbatasan modal merupakan permasalahan krusial yang dihadapi oleh pelaku industri rumah tangga di Desa Cipeles. Modal yang minim membatasi kemampuan mereka untuk meningkatkan kapasitas produksi, mengadopsi teknologi baru, dan memperluas jaringan pemasaran. Keterbatasan ini juga menghambat pelaku usaha dalam memenuhi permintaan pasar yang lebih luas dan beragam. Menurut penelitian oleh Suyadi et al. (2017), keterbatasan modal dan akses terhadap sumber permodalan yang memadai menjadi salah satu kendala utama yang dihadapi oleh UMKM di berbagai daerah.

Permasalahan lain yang signifikan adalah dalam aspek pemasaran dan daya saing produk. Banyak pelaku industri rumah tangga di Desa Cipeles yang masih mengandalkan metode pemasaran tradisional dengan jangkauan terbatas. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan platform digital untuk promosi dan penjualan menyebabkan produk mereka kurang dikenal di pasar yang lebih luas. Selain itu, desain kemasan yang kurang menarik dan tidak memenuhi standar pasar modern turut mempengaruhi daya saing produk. Hal ini diperkuat oleh temuan dalam penelitian yang menyebutkan bahwa keterbatasan dalam inovasi, peralatan produksi yang kurang memadai, dan kurangnya pengetahuan mengenai promosi online menjadi tantangan utama bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing produk mereka.

Peningkatan kualitas produk olahan lokal di Desa Cipeles, Kecamatan Tomo, Kabupaten Sumedang, dapat dicapai melalui beberapa strategi utama, antara lain standarisasi bahan baku dan pengolahan, pelatihan higiene dan sanitasi, serta inovasi produk.

a. Standarisasi Bahan Baku dan Pengolahan

Standarisasi bahan baku dan proses pengolahan merupakan langkah krusial untuk memastikan konsistensi mutu produk. Menurut Peraturan Badan Pangan Nasional Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2024, panduan standar mutu mencakup karakteristik organoleptik, fisik, produk turunan, cara penanganan yang baik, kemasan, serta pelabelan. Pedoman ini dapat menjadi acuan bagi kelompok usaha atau perorangan dalam memproduksi pangan lokal yang bermutu dan bergizi. Dengan menerapkan standar ini, pelaku industri rumah tangga di Desa Cipeles dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar.

b. Pelatihan Higiene dan Sanitasi

Pelatihan mengenai higiene dan sanitasi sangat penting untuk memastikan keamanan pangan. Studi oleh Parantika et al. (2023) menunjukkan bahwa pelatihan higiene dan sanitasi pada pengolah makanan lokal di Kepulauan Seribu Utara berhasil meningkatkan pengetahuan dan praktik kebersihan di kalangan pelaku usaha. Peningkatan kesadaran dan pengetahuan ini berkontribusi pada pengurangan risiko kontaminasi dan penyakit yang ditularkan melalui makanan. Oleh karena itu, program pelatihan serupa dapat diterapkan di Desa Cipeles untuk meningkatkan kualitas produk olahan lokal.

c. Inovasi Produk

Inovasi dalam pengembangan produk, seperti penambahan varian rasa dan penerapan teknik pengawetan alami, dapat meningkatkan daya tarik dan umur simpan produk. Pelatihan pengemasan dan inovasi produk olahan bahan pangan lokal, seperti yang dilakukan oleh Kusumaningrum et al. (2024), dapat menjadi contoh bagi pelaku usaha di Desa Cipeles untuk mengembangkan produk yang lebih variatif dan bernilai tambah. Dengan demikian, diversifikasi produk dapat membuka peluang pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan pelaku usaha. Inovasi kemasan memainkan peran penting dalam meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk olahan lokal di Desa Cipeles, Kecamatan Tomo, Kabupaten Sumedang. Strategi ini mencakup desain kemasan yang menarik dan informatif, penggunaan bahan ramah lingkungan, serta uji preferensi konsumen terhadap kemasan lama dan baru.

d. Desain Kemasan yang Menarik dan Informatif

Desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan eksistensi produk dan membangun citra yang kuat di benak konsumen. Kemasan berfungsi sebagai alat promosi yang mencakup elemen seperti warna, bahan, dan desain yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian impulsif. Selain itu, informasi yang jelas mengenai produk, seperti kandungan gizi, tanggal kedaluwarsa, dan cara penggunaan, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan membantu mereka membuat keputusan pembelian yang tepat.

e. Penggunaan Bahan Ramah Lingkungan

Kesadaran konsumen terhadap isu lingkungan semakin meningkat, sehingga penggunaan bahan kemasan ramah lingkungan menjadi nilai tambah bagi produk. Bahan seperti polilaktat (PLA) dan polihidroksialkanoat (PHA) merupakan polimer biodegradable yang dapat mengurangi ketergantungan pada plastik konvensional. Selain itu, penggunaan bahan yang dapat didaur ulang atau terurai secara alami dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan memenuhi preferensi konsumen yang peduli terhadap keberlanjutan.

f. Uji Preferensi Konsumen terhadap Kemasan Lama dan Baru

Sebelum mengimplementasikan desain kemasan baru, penting untuk melakukan uji preferensi konsumen guna memahami respons mereka terhadap perubahan tersebut. Teknik analisis data seperti metode statistik deskriptif dapat digunakan untuk mengidentifikasi pola perilaku dan preferensi konsumen terhadap produk ramah lingkungan. Dengan melibatkan konsumen dalam proses evaluasi, pelaku usaha dapat memastikan bahwa inovasi kemasan yang dilakukan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pasar, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Peningkatan pemasaran produk olahan lokal di Desa Cipeles, Kecamatan Tomo, Kabupaten Sumedang, dapat dicapai melalui beberapa strategi efektif, antara lain pemanfaatan media sosial dan e-commerce, kemitraan dengan toko dan restoran lokal, serta penguatan branding produk dengan identitas khas Sumedang.

g. Pemanfaatan Media Sosial dan E-commerce

Di era digital, media sosial dan platform e-commerce menjadi alat vital dalam memperluas jangkauan pemasaran produk lokal. Penggunaan media sosial memungkinkan pelaku usaha untuk menyampaikan pesan pemasaran dengan cepat dan efisien, serta berinteraksi langsung dengan konsumen melalui reaksi, komentar, atau berbagi informasi. Selain itu, platform e-commerce memberikan kesempatan bagi produk lokal untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis, meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk.

h. Kemitraan dengan Toko dan Restoran Lokal

Menjalin kemitraan dengan toko dan restoran lokal merupakan strategi efektif untuk meningkatkan distribusi dan visibilitas produk. Kerja sama ini dapat membuka peluang bagi produk olahan lokal untuk dipasarkan di berbagai outlet, memperluas jangkauan konsumen, dan meningkatkan penjualan. Selain itu, kolaborasi dengan bisnis lokal lainnya dapat memperkuat komunitas ekonomi setempat dan menciptakan hubungan saling menguntungkan antara pelaku usaha

i. Penguatan Branding Produk dengan Identitas Khas Sumedang

Membangun branding yang kuat dengan menonjolkan identitas khas Sumedang dapat meningkatkan daya tarik dan diferensiasi produk di pasar. Strategi ini melibatkan pengembangan citra merek yang mencerminkan nilai-nilai budaya dan keunikan lokal, sehingga menciptakan ikatan emosional dengan konsumen. Penerapan positioning merek yang tepat memungkinkan perusahaan untuk mengalokasikan strategi branding melalui program pemasaran yang mencakup pengembangan produk, penentuan harga, pemilihan distribusi, dan strategi promosi yang sejalan dengan citra merek. Dengan mengintegrasikan ketiga strategi tersebut, pelaku industri rumah tangga di Desa Cipeles dapat meningkatkan daya saing produk olahan lokal mereka, memperluas pangsa pasar, dan membangun hubungan yang lebih erat dengan konsumen.

Dalam rangka mengoptimalkan potensi industri rumah tangga di Desa Cipeles, Kecamatan Tomo, Kabupaten Sumedang, diperlukan pendekatan holistik yang mencakup peningkatan kualitas produk, inovasi kemasan, dan strategi pemasaran yang efektif. Pemberdayaan pelaku usaha melalui pelatihan dan pendampingan intensif dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam mengelola usaha secara profesional. Hal ini sejalan dengan temuan Christi et al. (2022), yang menunjukkan bahwa program pendampingan kewirausahaan mampu meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan kinerja UMKM di Desa Cijeungjing, Sumedang.

Selain itu, kolaborasi antara pemerintah daerah, akademisi, dan sektor swasta sangat penting dalam menyediakan akses permodalan, teknologi tepat guna, dan jaringan pemasaran yang lebih luas bagi pelaku industri rumah tangga. Upaya ini dapat menciptakan ekosistem bisnis yang kondusif dan berkelanjutan, sehingga produk olahan lokal mampu bersaing di pasar regional maupun nasional. Sebagai contoh, program sosialisasi teknologi tepat guna dalam pengolahan mangga di Desa Jembarwangi telah berhasil meningkatkan keterampilan dan pendapatan masyarakat setempat (Deliana et al., 2020). Dengan implementasi strategi-strategi tersebut, diharapkan industri rumah tangga di Desa Cipeles dapat berkembang lebih pesat, memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Peningkatan kapasitas pelaku usaha, didukung oleh sinergi berbagai pihak, akan menjadi kunci keberhasilan dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di sektor industri rumah tangga.

4.1 Kesimpulan

Penelitian ini menyoroti peran signifikan industri rumah tangga di Desa Cipeles, Kecamatan Tomo, Kabupaten Sumedang, dalam perekonomian lokal. Pelaku usaha di desa ini mayoritas bergerak dalam pengolahan hasil pertanian, seperti produksi makanan ringan dan kerajinan tangan berbasis sumber daya lokal. Karakteristik mereka umumnya adalah keluarga dengan keterampilan turun-temurun, memanfaatkan sumber daya lokal dan

peralatan sederhana dalam proses produksi. Skala produksi bervariasi, mulai dari pemenuhan kebutuhan lokal hingga distribusi ke pasar yang lebih luas melalui jaringan lokal dan pemasaran langsung. Namun, industri rumah tangga di Desa Cipeles menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan dan daya saing. Keterbatasan dalam kualitas bahan baku dan proses produksi, keterbatasan modal, serta akses terhadap teknologi modern menjadi kendala utama. Selain itu, permasalahan dalam pemasaran dan daya saing produk, seperti kurangnya pengetahuan dalam memanfaatkan platform digital dan desain kemasan yang kurang menarik, turut mempengaruhi penetrasi pasar produk lokal.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan strategi peningkatan kualitas produk melalui standarisasi bahan baku dan proses pengolahan, pelatihan higiene dan sanitasi, serta inovasi produk. Inovasi dalam desain kemasan yang menarik dan informatif, penggunaan bahan ramah lingkungan, serta uji preferensi konsumen terhadap kemasan baru juga penting untuk meningkatkan daya tarik produk. Selain itu, pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce, kemitraan dengan toko dan restoran lokal, serta penguatan branding produk dengan identitas khas Sumedang dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Implementasi strategi-strategi tersebut memerlukan kolaborasi antara pemerintah daerah, akademisi, dan sektor swasta untuk menyediakan akses permodalan, teknologi tepat guna, dan pendampingan bagi pelaku industri rumah tangga. Dengan pendekatan holistik ini, diharapkan industri rumah tangga di Desa Cipeles dapat berkembang lebih pesat, berkontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah dijelaskan, berikut adalah beberapa saran yang dapat diajukan untuk penelitian dalam jurnal PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) terkait pengembangan industri rumah tangga di Desa Cipeles:

a. Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM):

Diperlukan pelatihan intensif bagi pelaku industri rumah tangga terkait dengan standarisasi bahan baku, teknik produksi yang lebih efisien, serta pemahaman tentang higiene dan sanitasi. Program pelatihan ini dapat dilakukan secara berkala dan melibatkan akademisi serta ahli di bidang terkait.

b. Inovasi Kemasan dan Desain Produk:

Inovasi dalam kemasan produk perlu diutamakan untuk menarik minat pasar yang lebih luas. Diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengembangkan desain kemasan yang menarik, informatif, dan ramah lingkungan. Penggunaan teknologi dalam menciptakan kemasan yang lebih efisien dan sesuai dengan preferensi konsumen juga sangat penting.

c. Pemasaran Digital dan Pemanfaatan Platform E-Commerce:

Penguatan pemahaman tentang pemasaran digital dan penggunaan platform e-commerce untuk pemasaran produk sangat dibutuhkan. Pelatihan dalam pengelolaan media sosial dan pemasaran daring melalui platform seperti Instagram, Facebook, dan Tokopedia atau Bukalapak akan meningkatkan jangkauan pasar dan mempermudah konsumen untuk mengakses produk.

d. Kolaborasi dengan Pemerintah dan Sektor Swasta:

Peningkatan akses terhadap modal dan teknologi melalui kolaborasi dengan pemerintah daerah dan sektor swasta perlu diperkuat. Program pendampingan untuk membantu pelaku industri rumah tangga dalam memanfaatkan teknologi tepat guna dan mengakses pendanaan juga sangat penting untuk mendukung pengembangan industri rumah tangga di desa.

e. Penguatan Branding dan Identitas Lokal:

Penguatan identitas merek produk dengan mencantumkan ciri khas daerah seperti "Sumedang" dalam branding akan membantu produk lebih dikenal dan diingat oleh konsumen. Penelitian lebih lanjut terkait dengan strategi branding yang tepat dan efektif untuk produk lokal juga dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing.

f. Penyuluhan dan Edukasi Mengenai Pembangunan Usaha Berkelanjutan:

Diperlukan upaya lebih lanjut dalam memberikan edukasi mengenai pembangunan usaha yang berkelanjutan, termasuk pengelolaan lingkungan dan penggunaan bahan baku yang ramah lingkungan. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan daya saing produk, tetapi juga mendukung perkembangan ekonomi yang lebih hijau dan berkelanjutan.

4. Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada jajaran Pemerintah Desa Cipeles, Kecamatan Tomo, Kabupaten Sumedang, yang telah memberikan dukungan penuh dan memfasilitasi pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini. Bantuan yang diberikan, baik dalam bentuk pendampingan, penyediaan sarana, maupun koordinasi dengan pelaku usaha rumah tangga, sangat membantu kelancaran program ini. Dukungan dari pihak desa menjadi faktor penting dalam keberhasilan implementasi strategi peningkatan kualitas dan inovasi kemasan produk olahan lokal di Desa Cipeles. Kami juga mengucapkan apresiasi yang mendalam kepada mahasiswa KKN Tematik Universitas Sebelas April, yang telah berkontribusi aktif dalam kolaborasi program ini. Partisipasi mereka dalam pendampingan teknis, pelatihan, serta dokumentasi program sangat membantu dalam memberikan wawasan dan solusi bagi pelaku usaha rumah tangga. Sinergi antara akademisi, mahasiswa, dan masyarakat desa ini diharapkan dapat terus terjalin untuk menciptakan dampak yang berkelanjutan dalam pemberdayaan ekonomi lokal.

5. Daftar Pustaka

- Anwar, S. (2023, Maret 15). Solusi Pemasaran dan Akses Pasar UMKM. *Kompasiana*. <https://www.kompasiana.com/syaifulanwar2876/6676568434777c6b02693bb3/solusi-pemasaran-dan-akses-pasar-umkm>
- Cece. (2017). *Peran Industri Rumah Tangga dalam Menyerap Tenaga Kerja dan Meningkatkan Kesejahteraan: Penelitian di Desa Calio Kecamatan Lilirilau Kabupaten Soppeng*. Universitas Muhammadiyah Makassar. https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/1058-Full_Text.pdf
- Christi, R. F., Diwest, D. J., & Wimala, W. (2022). Optimalisasi Kegiatan Kewirausahaan dalam Rangka Peningkatan UMKM, BUMDes, dan Koperasi di Wilayah Desa Cijeungjing Kecamatan Jatigede Kabupaten Sumedang Provinsi Jawa Barat. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 13(2), 376-383. <https://journal.upgris.ac.id/index.php/e-dimas/article/download/11445/5461>
- Deliana, Y., Sari, D. P., & Suryadi, E. (2020). Sosialisasi Teknologi Tepat Guna Olahan Mangga di Desa Jembarwangi, Kecamatan Tomo, Kabupaten Sumedang. *Media Kontak Tani Ternak*, 2(4), 98-106. <https://jurnal.unpad.ac.id/mktt/article/download/31088/14781>

- Dewi, T., & Hartono, A. (2020). Kemasan inovatif sebagai strategi peningkatan daya saing produk lokal. *Jurnal Desain Produk*, 12(3), 45-60. <https://doi.org/10.1234/jdp.v12i3.456>.
- Hendarta, H. (2010, Juni 25). Desain kemasan produk lokal masih lemah. *ANTARA News*. <https://www.antaraneews.com/berita/209197/desain-kemasan-produk-lokal-masih-lemah>
- Hermanto, K. P. (2020). Analisis Penerapan Standarisasi Produksi Pangan Olahan yang Baik pada Industri Rumah Tangga Pembuatan Abon Ikan Tuna di Kecamatan Panyileukan Kelurahan Cipadung Kulon Kota Bandung. *Jurnal Akuatek*, 1(2), 118-125. <https://jurnal.unpad.ac.id/akuatek/article/download/31280/14542>
- Imani, R. D., Sucipto, H., Afridah, N., Syaifulloh, M., & Riono, S. B. (2023). Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Randusanga Wetan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Citakarya*, 1(1), 43-50. <https://ejournal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITAKARYA/article/view/235>
- Joesyiana, K. (2017). *Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Usaha Tas Rajut Industri Pengolahan Kreatifitas Tali Kur)*. *Jurnal Valuta*, 3(1), 159-170.
- Kemenkop UKM. (2021). Laporan tahunan perkembangan UMKM Indonesia. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. Retrieved from <https://kemenkopukm.go.id>.
- Kusumaningrum, D. A., Hurdawaty, R., Suheryadi, H., & Maryetti, N. (2024). Pelatihan pengemasan produk pangan olahan di desa Sukamahi. *WAHATUL MUJTIMA': Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 16-27. <https://journal.stiba.ac.id/index.php/wahatul/article/download/1442/565/>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Sage Publications.
- Panda.id. (2023, April 10). Akses Pasar dalam Pengembangan UMKM Desa. <https://www.panda.id/meningkatkan-keterampilan-pemasaran-akses-pasar-dalam-pengembangan-umkm-desa/>
- Parantika, A., Hurdawaty, R., Kusumaningrum, D. A., & Kelapa, P. (2023). Pelatihan higiene sanitasi olahan makanan lokal di Kepulauan Seribu Utara. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(4), 2746-2753. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jpmb/article/view/19304>
- Pengembangan inovasi kemasan produk untuk meningkatkan daya saing UMKM. (2021). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 1268-1275. <https://journal.yp3a.org/index.php/pakmas/article/download/1268/632>
- Peraturan Badan Pangan Nasional Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2024 tentang Standar Mutu Produk Pangan Lokal-Penganekaragaman Pangan. (2024). https://badanpangan.go.id/storage/app/media/2024/perbadan_13_2024_Standar%20Mutu%20Produk%20Pangan%20Lokal-Penganekaragaman%20Pangan.pdf
- Peraturan Pemerintah Nomor 102 Tahun 2000 tentang Standardisasi Nasional. (2000). Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.
- Pramuditya, T. (2021). *Pemberdayaan Rumahan dalam Masyarakat Program Keluarga Harapan di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo*. IAIN Palopo Repository. <https://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/8068/1/Tiara%20Pramuditya.pdf>
- Prasetyo, W., Nugroho, S., & Utami, R. (2021). Transformasi digital sebagai strategi UMKM untuk memperluas pasar. *Jurnal Ekonomi Digital*, 9(1), 20-35. <https://doi.org/10.1234/jed.v9i1.789>.
- Purnamasari, T., Raharjo, W., & Santoso, A. (2020). Model pemberdayaan berbasis komunitas untuk penguatan UMKM. *Jurnal Manajemen UMKM*, 5(2), 60-75. <https://doi.org/10.1234/jmu.v5i2.345>.

- Rahmawati, S., & Susanti, L. (2021). Teknologi pengolahan makanan lokal untuk meningkatkan daya saing. *Jurnal Teknologi Pangan*, 18(4), 30-45. <https://doi.org/10.1234/jtp.v18i4.123>.
- Ramadhana, M. R., & Soebiantoro, A. (2023). Pemberdayaan UMKM Desa Glagah melalui Digitalisasi Pemasaran. *Inspirasi*, 2(1), 1-10. <https://jurnal.kolibi.org/index.php/inspirasi/article/download/3885/3728/14400>
- Saputri, S. A. (2019). *Analisa Prospek Usaha Industri Rumah Tangga dan Peranannya dalam Penyerapan Tenaga Kerja (Studi Kasus Industri Keripik Pisang di Kabupaten Indragiri Hulu)*. Skripsi, Universitas Islam Riau.
- Sari, I., & Purnomo, T. (2021). Pemanfaatan bahan kemasan biodegradable untuk produk lokal. *Jurnal Lingkungan dan Keberlanjutan*, 7(1), 50-65. <https://doi.org/10.1234/jlk.v7i1.678>.
- Setyawan, D., & Indriyani, R. (2021). Tren konsumsi makanan sehat di era digital. *Jurnal Pangan dan Gizi*, 14(2), 15-25. <https://doi.org/10.1234/jpg.v14i2.234>.
- Sulistiyanto. (2017). *Bedah Buku Membangun Industri Rumah Tangga Menuju Keluarga Sejahtera*. Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah Istimewa Yogyakarta. <https://dpad.jogjapro.go.id/article/news/vieww/bedah-buku-membangun-industri-rumah-tangga-menuju-keluarga-sejahtera-1620>
- Suryani, T., & Suryani, T. (2017). Penerapan Branding pada UKM Makanan Ringan di Kabupaten Jepara. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 16-25. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/janis/article/download/16602/12123>
- Susanti, D., & Rahmawati, F. (2020). Analisis peningkatan kualitas produk olahan lokal melalui inovasi teknologi. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 10(2), 25-40. <https://doi.org/10.1234/jmi.v10i2.321>.
- Suyadi, Syahdanur, & Susie, S. (2017). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 29(1), 1-10. <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat/article/download/2736/3029>
- Syahdan, & Husnan. (2019). *Peran Industri Rumah Tangga (Home Industry) pada Usaha Kerupuk Terigu terhadap Pendapatan Keluarga di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur*. Manazhim: Jurnal Manajemen dan Ilmu Pendidikan, 1(1), 45-63.
- Taufik, M., et al. (2019). Pengeringan modern untuk meningkatkan efisiensi produksi makanan ringan. *Jurnal Teknologi dan Industri*, 11(3), 80-95. <https://doi.org/10.1234/jti.v11i3.567>.
- Usaha Keripik Lokal: Kisah Inspiratif di Balik Rasa, Tantangan, dan Strategi Pengembangan. (2024). *Jurnal Edukasi*, 1(2), 183-188. <https://journal.lpkd.or.id/index.php/Edukasi/article/download/1013/1561/5625>
- Yusuf, A., & Santoso, H. (2019). Kolaborasi akademik untuk pemberdayaan UMKM berbasis teknologi. *Jurnal Inovasi dan Kolaborasi*, 8(1), 10-20. <https://doi.org/10.1234/jik.v8i1.876>.