

**LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
YANG DIAJUKAN KE LEMBAGA PENELITIAN
DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**PEMILIHAN MOTIF KAIN UNTUK MENINGKATKAN PRODUKSI MASKER
INDUSTRI RUMAHAN DI BANDUNG**

Disusun oleh:

Ketua Tim

Drs. Hafidh Indrawan, M.Sn. (0418095701/10603001)

Anggota:

Adi Ismanto, S.Sn., M.T. (0308097906/10608010)

Fivanda, S.Ds., M.Ds. (0315118402/10615001)

**PROGRAM STUDI DESAIN INTERIOR
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
AGUSTUS 2021**

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Periode I /Tahun 2021

1. Judul : Pemilihan Motif Kain Untuk Meningkatkan Produksi Masker Industri Rumahan Di Bandung
2. Nama Mitra PKM : Niunau
3. Ketua Tim Pengusul
- a. Nama dan gelar : Hafidh Indrawan, M.Sn
 - b. NIK/NIDN : 0418095701/10603001
 - c. Jabatan/gol. : Lektor Kepala/ IV a
 - d. Program studi : Desain Interior
 - e. Fakultas : Fakultas Seni Rupa dan Desain
 - f. Bidang keahlian : Seni Rupa dan Desain
 - g. Alamat kantor : Jl. Letjen S. Parman No.1, Jakarta 11440
 - h. Nomor HP/Telpon : +6281572727201
4. Anggota Tim PKM (Dosen)
- a. Jumlah anggota : Dosen 2 orang
 - b. Nama anggota 1/Keahlian : Adi Ismanto, S.Sn., M.T
 - c. Nama anggota 2/Keahlian : Fivanda, S.Ds., MDs.
5. Anggota Tim PKM (Mahasiswa)
- a. Nama mahasiswa dan NIM : Mahasiswa 1 orang
 - b. Nama mahasiswa dan NIM : Canisha Chrystella dan 615190052
 - c. Nama mahasiswa dan NIM :
6. Lokasi Kegiatan Mitra
- a. Wilayah mitra : Jl. Taurus no. 9
 - b. Kabupaten/kota : Kota Bandung 40275
 - c. Provinsi : Jawa Barat
 - d. Jarak PT ke lokasi mitra : 153,7 Km
7. Luaran yang dihasilkan : Karya Desain dan Jurnal
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : Januari-Juni
9. Biaya yang disetujui LPPM : Rp 8.500.000,00
Rp. 1.000.000,00 (Luaran Tambahan)

Jakarta, 19 Agustus 2021

Menyetujui
Ketua LPPM


Jap Tji Beng, Ph.D
NIK:10381047



Ketua


Drs. Hafidh Indrawan, M.Sn.
0418095701/10603001

RINGKASAN

Pandemi Covid-19 sudah berlangsung lama dan menjadi fenomena di dunia, termasuk di Indonesia. Salah satu cara meminimalisir penyebaran virus ini adalah dengan menerapkan protokol Kesehatan 5M yaitu memakai masker, mencuci tangan pakai sabun serta air mengalir, menjaga jarak, menjauhi kerumunan serta membatasi mobilisasi dan interaksi. Masker menjadi salah satu kebutuhan manusia untuk beraktivitas. Dengan meningkatnya permintaan, salah satu produksi rumahan masker di Bandung sebagai mitra, memerlukan ide-ide kreatif dalam memproduksi *reusable mask* untuk meningkatkan daya saing.

Pengembangan inovasi baru pada produk, keterbatasan sumber daya manusia dan sistem pemasaran merupakan beberapa permasalahan yang perlu dipecahkan agar produksi tetap berjalan dan menghasilkan profit. Sebagai salah satu solusi, tim PKM melalui kegiatan ini melakukan kajian teori, perencanaan konsep dan desain dari masker kain. Serta melakukan percobaan pembuatan produk *mock up* berdasarkan hasil *brainstorming* desain dengan tim.

Hasilnya yaitu permasalahan masker yang paling sering dirasakan oleh pengguna pada umumnya adalah dimana saat masker terlalu lama dipakai, akan menimbulkan rasa sakit di bagian belakang telinga, dikarenakan model masker yang tidak bisa menyesuaikan ukuran muka pengguna walaupun menggunakan tali pengikat masker berbahan elastis. Melalui riset ini, tim PKM memberikan rekomendasi kepada mitra untuk melakukan penyelesaian masalah melalui proses desain pada produk masker yang akan dibuat sesuai dengan perkembangan kebutuhan masyarakat yang memenuhi syarat protokol kesehatan. Konsep dan tema dapat diimplementasikan pada pemasaran produk agar terlihat unik dan menarik, begitu juga dengan pemilihan desain yang mementingkan kenyamanan pengguna yang dapat menjamin perlindungan kesehatan pengguna.

Kata kunci : Covid-19, Desain, Inovasi, Masker, *Reusable*,

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan kehendak-Nya maka penulisan Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat terwujud. Dalam proses penyusunan dan penulisan laporan ini mungkin terdapat kesalahan dalam proses ataupun isi penulisan dikarenakan berbagai keterbatasan tim pelaksana, untuk itu mohon dapat dimaklumi.

Semoga kegiatan ini dapat bermanfaat sebagai bahan pembelajaran bagi semua pihak. Usulan ini disusun juga atas dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Kurnia Setiawan, S.Sn., M. Hum., sebagai Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara serta jajarannya yang telah memberikan dukungan dalam usulan penelitian ini.
2. Seluruh staff dan Jajaran DPPM Universitas Tarumanagara, khususnya Bapak Jap Tji Beng, MMSI, Ph.D., Dr. Endah Setyaningsih, M.T. dan tim Pemantau.
3. Seluruh Staff FSRD, Dosen dan Mahasiswa Program Studi Desain Interior yang terlibat dalam proses kegiatan ini.
4. Mitra sebagai Khalayak Sasaran: Ibu Cinantya Dwi Harsi serta Para Pengguna masker Niunau yang telah memberikan kepercayaan dan kesempatan bagi Tim untuk membantu memberikan solusi permasalahan desain.
5. Pihak-pihak lain yang mungkin tidak sempat disebutkan atas bantuannya baik secara langsung dan tidak langsung.

Jakarta, Agustus 2021

Tim Pelaksana

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Halaman Pengesahan	Ii
Ringkasan.....	Iii
Prakata.....	Iv
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	vi
Daftar Gambar	vii
Daftar Lampiran.....	vi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
I.1 Analisis Situasi.....	1
I.2 Permasalahan Mitra	4
I.3 Uraian Hasil Penelitian dan PKM Terkait	5
BAB II SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN	6
II.1 Solusi Permasalahan	6
II.2 Luaran Kegiatan PKM	10
BAB III METODE PELAKSANAAN	11
III.1 TahapanPelaksanaan	12
III.2 Partisipasi Mitra Dalam Kegiatan PKM	14
III.3 Uraian Kepakaran dan Tugas Masing-Masing Anggota Tim	14
BAB IV HASIL DAN PEMABAHASAN	15
IV.1 Tahapan/Langkah-Langkah Solusi Bidang Desain.....	15
IV.2 Tahapan/Langkah-Langkah Solusi Bidang Produksi.....	18
IV.2 Tahapan/Langkah-Langkah Solusi Bidang Pemasaran	21
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	25
DAFTAR PUSTAKA	26
LAMPIRAN.....	28

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Faktor SWOT Usaha PKM Masker Niunau.....	3
Tabel II. 1 Manfaat dan Proteksi Masker.....	6
Tabel II. 2 Luaran sebagai indikator capaian.....	9
Tabel III. 1 Jadwal Kegiatan PKM	13
Tabel III. 2 Tim Pengusul, Jenis Kepakaran dan Uraian Tugas	14

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV. 1 Elemen dan Prinsip Desain	15
Gambar IV. 2 Studi Motif <i>Seed</i>	16
Gambar IV. 3 Implementasi motif <i>seed</i> pada masker	16
Gambar IV. 4 Studi pada <i>software</i> Adobe Illustrator motif batik pada masker	17
Gambar IV. 5 Aplikasi motif batik pada masker	18
Gambar IV. 6 Tokoh Karakter Disney Toy Story.....	18
Gambar IV. 7 Aplikasi motif masker tematis	19
Gambar IV. 8 Proses mencetak dan memotong pola masker	19
Gambar IV. 9 Proses menjahit masker	20
Gambar IV. 10 Cara Pemakaian Masker <i>Headloop</i>	20
Gambar IV. 11 Cara Pemakaian Masker <i>Earloop</i>	21
Gambar IV. 12 Aplikasi Tali dan Adjuster pada Masker Niunau.....	21
Gambar IV. 13 Pemasaran masker melalui e-commerce shopee.....	22
Gambar IV. 14 Pemasaran masker melalui media social Instragram	23
Gambar IV. 15 Strategi pemasaran masker <i>tag</i> dan <i>packaging</i>	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat pernyataan kesediaan kerja sama dari mitra	28
Lampiran 2. Peta Lokasi Mitra Sasaran.....	29
Lampiran 3. Luaran Makalah.....	30
Lampiran 4. Publikasi Seminar dan Prosiding SERINA II.....	39
Lampiran 5A. Luaran Tambahan HaKI.....	41
Lampiran 5B. Luaran Tambahan Poster Karya Desain untuk HaKI	41
Lampiran 6. Log Book.....	42
Lampiran 7. Sinopsis Lanjutan PKM.....	46

BAB 1

PENDAHULUAN

I.1 Analisis Situasi

Pandemi Covid-19 sudah berlangsung lama dan menjadi fenomena di dunia, termasuk di Indonesia. Hingga kini sudah semakin banyak kasus warga masyarakat terutama di Kota Jakarta dan Bandung yang terkena virus Covid-19. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik dan informasi Tim Gugus Tugas Covid-19, jumlah masyarakat yang tetap harus bekerja diluar rumah dan melakukan berbagai aktivitas diluar sebagai tuntutan pekerjaan dan perekonomian. Dengan demikian, untuk menghindari dan meminimalisir penyebaran virus ini, maka pemerintah Indonesia baru-baru ini mencanangkan protokol Kesehatan 5M. Makna Gerakan 5M sebagai pelengkap dari 3M yaitu memakai masker, mencuci tangan pakai sabun serta air mengalir, menjaga jarak, menjauhi kerumunan serta membatasi mobilisasi dan interaksi. Saat ini masker telah menjadi salah satu kebutuhan setiap orang yang sangat penting keberadaannya. Seiring mewabahnya krisis pandemi, meningkat pula permintaan akan masker. Sejarah mengatakan masker sudah sedari dulu digunakan masyarakat dunia terlebih ketika menghadapi suatu wabah. Selama pandemi COVID-19, otoritas kesehatan di beberapa negara merekomendasikan agar warganya memakai masker di tempat umum dalam keadaan tertentu. Praktisi medis sepakat tentang fungsi umum dari masker, pada abad ke-21 sekarang banyak orang berusaha untuk menentukan jenis masker yang paling efisien dan berbagai mempunyai hak paten dalam hal mendesain.

Industri garmen menjadi salah satu industri yang banyak diminati oleh pengusaha yang ada di Indonesia hal ini dibuktikan dari data Kemenprin di Indonesia setidaknya ada 323 industri garmen di Indonesia (Kemenperin, 2020). Salah satu penyebabnya adalah produksi yang mudah dan penjualannya yang cepat. Akan tetapi, awal tahun 2020 fenomena pandemi mulai masuk ke Indonesia dan mengubah sistem perekonomian dan berdampak pada sektor industri garmen (Putro, 2017). Produksi yang terus dilakukan, tetapi penjualan yang tidak meningkat berdampak pada kerugian industri garmen rumahan (Sujanto, 2016).

Produksi rumahan masker yang dapat digunakan kembali atau yang sering dikenal dengan istilah *reusable mask* menawarkan solusi kenyamanan bagi banyak orang, usaha ini selain itu juga tidak menutup kemungkinan bagi produsen untuk berkontribusi lebih untuk mengatasi kekurangan alat pelindung diri secara global. Sikap dan kebiasaan terhadap masker telah berubah, masker telah menjadi bagian dari kehidupan kita sehari-hari, mereka telah menjadi jembatan untuk ekspresi diri.

Masker mungkin masih terasa seperti tambahan pelengkap pakaian yang tidak biasa digunakan untuk rutinitas sehari-hari karena fungsinya yang bertugas untuk menyembunyikan bagian diri kita yang biasanya terbuka, tetapi itu tidak berarti identitas kita juga harus disembunyikan. Dengan memilih masker yang tepat agar sesuai dengan estetika diri bersamaan dengan melakukan protokol kesehatan yang dapat melindungi kita dan merupakan bentuk pencegahan pertama penyakit masuk dalam diri kita melalui sistem pernafasan. Mengenakan masker wajah bisa menjadi lebih dari sekadar tanggung jawab kita melainkan hal ini bisa menjadi bentuk ekspresi diri yang baru.

Salah satu mitra kreatif yang bergerak di bidang ekonomi pada saat ini adalah Niunau. Niunau merupakan salah satu PKM yang dibimbing pembina untuk mengembangkan industri rumahan untuk memproduksi masker yang terbentuk pada saat masa pandemi melanda Indonesia. Berawal dari kegemaran pemilik PKM untuk membuat *hampers* lebaran berupa masker kain, pembina melihat adanya peluang berupa potensi yang dimiliki oleh pemilik PKM untuk melakukan pembuatan masker dan menjualnya yang saat ini mulai langka. Masker dipilih sebagai produk usaha dikarenakan tingginya kebutuhan akan produk masker dengan harganya yang relatif mahal. Tingginya minat masyarakat inilah yang membuat pembina perlu melakukan usulan tersebut untuk membuat masker yang ekonomis dan tetap aman untuk digunakan. Berdiri pada awal Juni 2020, pemilik dari kemitraan mulai memasarkan produknya berupa masker kain dengan beberapa pilihan motif. Tetapi dikarenakan kalah saing dengan brand usaha masker lainnya, PKM mengalami kesulitan dalam pemasaran sehingga perlu mengadakan pengembangan inovasi baru pada produknya, selain itu dampak tingginya permintaan produksi masker begitu banyak dengan keterbatasan sumber daya manusia. Sistem pemasaran yang dilakukan hanya berdasarkan permintaan dari rekan terdekat saja tanpa promosi secara luas ke masyarakat luar Bandung maupun luar Jawa.

Masker menjadi produk yang paling banyak dibeli saat pandemi mulai melanda Indonesia selain *hand sanitizer* (Wang, 2020). Akan tetapi, harga masker yang ada di pasaran tergolong tidak ekonomis dikarenakan harganya yang sangat mahal. Harga masker medis dapat mencapai angka Rp600.000,00 dan membuat pembeli tidak berani membeli dengan dasar harganya yang sangat mahal. Disaat itu, terdapat arahan bagi masyarakat untuk menggunakan masker kain sebagai pengganti masker medis dengan syarat masker kain dibuat terdiri dari dua sampai tiga lapis. Masker kain juga direkomendasikan karena ia bisa dicuci berulang kali, melihat peluang harga masker dan tingginya minat pasar terhadap masker kain, pembina merekomendasikan kepada mitra untuk mengembangkan potensi yang mereka miliki sebagai desainer, salah satunya dengan mengangkat ide kreatifnya pada industri rumahan.

Atas dasar permasalahan yang terjadi, berikut merupakan sejumlah pertimbangan faktor SWOT dalam menganalisis keberlanjutan bisnis Niunau. 4 (Empat) faktor yang dipertimbangkan dalam analisis ini diantaranya berupa *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (keuntungan), *threat* (ancaman), yang dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel I.1 Faktor SWOT Usaha PKM Masker Niunau

<p><i>Strength</i> (Kekuatan)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Harga produk yang terjangkau dibandingkan dengan masker lainnya. • Desain masker menggunakan material kain katun • Belum banyak didapatinya produk pesaing dengan penggunaan <i>adjuster</i>
<p><i>Weakness</i> (Kelemahan)</p>	<p>Penggunaan <i>adjuster</i> yang tidak familiar bagi masyarakat sehingga dapat membingungkan pada awal pemasangan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Biaya produk dan produksi yang ekonomis. • Bahan baku yang mudah didapatkan.
<p><i>Opportunity</i> (keuntungan)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Peluang pasar industri produk masker akan terus berkembang walaupun masa pandemi berakhir • Peluang menguasai pasar yang besar.
<p><i>Threat</i> (Ancaman)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Perubahan tren di dalam masyarakat yang terus berubah-ubah. • Terdapat kemungkinan pesaing yang sama.

PKM memiliki Visi dan misi sendiri dalam menjalankan usaha, yaitu sebagai berikut :

VISI

“Menjadikan mitra usaha yang mewujudkan masyarakat bebas dari kuman, bakteri, dan virus covid-19 dengan menyediakan alat perlindungan protokol kesehatan”

MISI

1. Meningkatkan kesadaran tentang kebersihan dari kuman, bakteri, dan virus seperti virus Covid-19
2. Mengedukasi kaum millennial betapa pentingnya kebersihan diri dan mematuhi protokol kesehatan
3. Mewujudkan pelayanan cepat tanggap
4. Mencegah dan memutus mata rantai penyebaran virus Covid-19
5. Meningkatkan pendapatan UMKM pada masa pandemi ini

I.2 Permasalahan Mitra

Untuk memberikan produk akhir masker kain sesuai dengan perkembangan kebutuhan masyarakat yang memenuhi syarat protokol kesehatan. Konsep dan tema dapat diimplementasikan pada pemasaran produk agar terlihat unik dan menarik, begitu juga dengan pemilihan desain yang mementingkan kenyamanan pengguna yang dapat menjamin perlindungan kesehatan pengguna. Masker yang dibuat terdiri dari 2, yaitu masker dengan model *headloop*, dan juga masker model *earloop*. Kedua masker ini memiliki fungsi yang berbeda jika dilihat dari cara pemakaiannya.

Permasalahan masker yang paling sering dirasakan oleh pengguna pada umumnya adalah dimana saat masker terlalu lama dipakai, akan menimbulkan rasa sakit di bagian belakang kuping dikarenakan model masker yang tidak bisa menyesuaikan ukuran muka pengguna walaupun tali pengikat masker berbahan elastis sekalipun. Disinilah peran pembina untuk memberikan arahan kepada pemilik PKM untuk melakukan penyelesaian masalah melalui proses desain pada produk masker yang akan dibuat.

Pelaku industri kreatif rumahan tidak seperti perusahaan perseroan yang sudah memiliki konsultan dan penasihat. Industri garmen rumahan cenderung tidak berani mengembangkan potensi yang dimiliki dengan memproduksi suatu produk baru sehingga menyebabkan PKM menjadi kalah saing dengan usaha sejenis lainnya. Hal inilah yang dialami Niunau dalam menghadapi masalah pengembangan desain yang diminati orang dan juga pemasarannya. Hal ini dikarenakan risiko yang mereka khawatirkan yaitu penjualan produk yang tidak laku terjual berdampak pada kerugian mereka.

I.3 Uraian Hasil Penelitian dan PKM Terkait

Tugas tim PKM yaitu memberikan arahan serta menjadi sarana untuk bertukar pikiran perihal masalah desain pembuatan masker kepada PKM yang sesuai dengan standar nasional pembuatan masker. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan berupa wawancara dan melihat langsung keadaan produksi masker, produksi masker dibagi menjadi beberapa tahap. Tahap pertama dalam penciptaan inovasi produk baru dengan membuat *module* atau *software* untuk menciptakan variasi desain pada motif masker dan juga pengaplikasian inovasi sistem pemakaian masker dengan menggunakan *adjuster* sehingga memudahkan mitra dalam mendesain maskernya menjadi lebih bervariasi. Tahap pertama adalah dengan meneliti melalui studi dalam bidang seni dan desain untuk menjawab permasalahan desain masker sebelumnya yang sudah ada dan dicari peluang apa saja yang bisa dikembangkan tentunya disesuaikan dengan elemen desain yang ada. Tahap Produksi pertama adalah masker model *headloop*. *Masker headloop* didesain agar memudahkan pengguna terutama yang memakai hijab agar secara mudah dapat mengenakan masker dengan tidak harus disangkutkan ke telinga. Tali pengikat masker menjadi fokus utama desain pada pembuatan, yaitu dengan menggunakan sistem *adjuster* yang dapat diatur sesuai dengan lingkaran kepala pengguna. Tahap kedua produksi adalah produksi masker *earloop*. Berbeda dengan masker model sebelumnya, masker *earloop* di desain sebagaimana masker dengan pengait telinga biasa, yang membedakannya adalah dengan pengaplikasian *adjuster* pada masker *earloop* yang mempunyai fungsi sama yaitu agar bisa disesuaikan dengan ukuran muka pengguna. Selain itu juga usaha harus dikembangkan dengan menambah sumber daya manusia mengingat bahwa permintaan pasar yang semakin meningkat. Tujuannya tentu saja untuk menyesuaikan hasil akhir yang sesuai di masyarakat. Proses pembuatan masker dimulai dari pembuatan pola pada kertas yang selanjutnya dicetak pada kain katunnya langsung. Terdapat dua lapisan yang masing-masing memiliki ukuran yang sama, ukuran masker diukur dengan memperhitungkan wajah laki-laki dan perempuan kemudian diambil ukuran tengahnya agar ukurannya sama dengan tidak bergantung pada ukuran muka baik laki maupun perempuan. Begitu juga dengan *adjuster loop* memudahkan pengguna mengukur sesuai dengan lingkaran wajah maupun kepalanya. Setelah pola masker dipotong pada bahan asli, pola masker digabungkan dan dijahit, setelah itu baru ditambahkan tali pengikat dan juga memasukkan *adjuster* pada bagian tali masker. Bahan yang dijadikan bahan dasar masker merupakan bahan katun berlapis sebanyak dua lembar. Tujuannya tentu saja untuk meminimalisasi penyebaran droplets virus. Masker yang dibuat disesuaikan dengan ukuran pola yang sudah ada. Bahan material katun pun tersedia dalam berbagai bentuk motifnya. Mulai dari masker polos hingga masker bermotif dengan berbagai variasi warna.

BAB II

SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN

II.1 Solusi Permasalahan

Permasalahan mitra yang sudah diidentifikasi yaitu dalam bidang produksi dan juga pemasaran. Pada bidang produksi dibagi menjadi 2 (dua) :

- 1) Pemilihan desain masker yang aman dan nyaman bagi pengguna,
- 2) Sistem pemasaran masker yang efektif untuk industri rumahan dan upaya pengembangannya.

Atas dasar permasalahan tersebut, solusi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pembuatan *modul* atau *software* untuk desain motif pada masker

Kesan monoton dari desain masker terdahulu menjadi poin utama dalam pengembangan desain masker. Desain motif cenderung sudah dimiliki mitra usaha lainnya dalam pembuatan masker, sehingga memungkinkan penjualan masker kalah saing dengan mitra lain yang menjual motif yang sama. Variasi desain masker sangat dibutuhkan, mengingat peran masker saat ini bukan hanya sebagai bentuk perlindungan dalam pencegahan virus, melainkan sudah menjadi bagian ekspresi diri dalam *style* berpakaian sehari-hari.

2. Penggunaan *adjuster* pada masker sebagai keunggulan penjualan masker kain dalam upaya proteksi virus dan juga kenyamanan penggunaan masker.

Landasan pemikiran dari solusi yang ditawarkan berbasis dari kajian literatur Avicenna : Journal of Health Research, Joko Tri Atmojo, dkk (Penggunaan Masker Dalam Pencegahan Dan Penanganan Covid-19: Rasionalitas, Efektivitas, Dan Isu Terkini). Dimana dijelaskan pada tabel manfaat dan kekurangan jenis masker dalam proteksi virus khususnya masker kain.

Tabel II.1 Manfaat dan Proteksi Masker (Sumber : WHO, 2020; Tirupathi, 2020)

Jenis Masker	Fitur	Manfaat Proteksi	Kekurangan
Masker Kain	<ul style="list-style-type: none"> - Pemasangan longgar, biasanya terbuat dari poliester atau kapas. - Dapat dilapisi dengan kertas saring (sangat disarankan dalam masa pandemi). - Untuk digunakan oleh masyarakat umum. 	<ul style="list-style-type: none"> - Bisa dibuat sendiri, dicuci dan digunakan kembali. - Penggunaan dapat mencegah penimbunan limbah masker medis. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak memberikan perlindungan yang memadai dari aerosol

Fitur pemasangan longgar merupakan poin yang ditekankan pada pembuatan desain yang akan dibuat. Masker yang dapat dilonggarkan maupun dikencangkan memudahkan pengguna dalam memakai masker, Tali pengikat masker menjadi fokus utama desain yang menunjang fitur ini, yaitu dengan menggunakan sistem *adjuster* yang dapat diatur sesuai dengan lingkaran kepala pengguna dan ukuran muka pengguna.

Membuat atau memilih membeli masker kain yang dapat melindungi diri dari paparan infeksi Covid-19 haruslah benar. Beberapa hal yang harus dilakukan antara lain: (1) Jangan gunakan masker kain yang hanya memiliki satu lapisan. (2) WHO menyarankan tentang komposisi kain masker harus memiliki 3 lapisan (lapisan dalam dari bahan penyerap seperti kapas, lapisan tengah dari bahan bukan tenunan seperti polypropylene, dan lapisan luar dari bahan non-penyerap, seperti campuran polyester atau polyester) (WHO, 2020). Berdasarkan keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa penggunaan dan pemilihan masker jenis scuba dan buff sangat tidak dianjurkan.

3. Meningkatkan efektifitas produksi masker dengan mengembangkan sumber daya manusia dalam pengerjaan produksi

Tujuan diselenggarakan pengembangan Sumber daya manusia menurut (Simamora:2006:276) diarahkan untuk membekali, meningkatkan, dan mengembangkan kompetensi kerja guna produktifitas tenaga kerja menurun banyak dan berfikir bahwa solusinya adalah pelatihan.

A. Home Industri

Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Home industri adalah semua kegiatan ekonomi berupa pengolahan barang menjadi bernilai tinggi untuk penggunaannya, dilakukan oleh masyarakat pengusaha dari golongan ekonomi lemah atau perusahaan kecil seperti industri rumah tangga dan kerajinan. Umumnya industri rumahan tergolong sektor informal yang memproduksi secara unik, terkait dengan kearifan local, sumber daya setempat dan mengedepankan buatan tangan. Home industri bergerak dalam skala kecil, dari tenaga kerja yang bukan profesional, modal yang kecil, dan produksi hanya secara musiman.

B. Strategi Sumber Daya Manusia

Tim PKM dengan gagasan bisnis Niunau.id membuat sebuah strategi sumber daya manusia untuk dapat mewujudkan visi dan misi yang sudah dibentuk secara bersama oleh perusahaan *outsourcing*

(vendor) yang bertanggung jawab untuk memproduksi masker dengan berbagai motif dalam jumlah yang banyak. Bagus Durya Gemilang Konveksi bertanggung jawab dalam bentuk pembuatan masker mulai dari pembuatan pola, pemotongan kain sesuai bentuk pola, pemasangan tali masker, dan *Quality Control* tahap rumah produksi. Sedangkan penggagas bisnis niunau bertanggung jawab dalam bentuk *visual branding*, *visual merchandising*, pemasaran melalui media sosial, dan juga *quality control* sebelum barang dijual dan sampai di tangan pembeli.

4. Meningkatkan Strategi pemasaran dengan memanfaatkan *E-Commerce* agar UMKM bertahan di Tengah Pandemi Covid-19

Landasan pemikiran dari solusi yang ditawarkan berbasis dari kajian literatur *Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*. Menjelaskan bahwa Indonesia didominasi oleh UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional juga terdampak serius bukan hanya pada aspek produksi dan pendapatan mereka saja, namun juga pada jumlah tenaga kerja yang harus dikurangi dikarenakan pandemi ini. (Pakpahan, 2020). UMKM kurang memiliki ketahanan dan fleksibilitas dalam menghadapi Pandemi ini dikarenakan beberapa hal seperti tingkat digitalisasi yang masih rendah, kesulitan dalam mengakses teknologi dan kurangnya pemahaman tentang strategi bertahan dalam bisnis (OECD, 2020).

UMKM dituntut untuk mampu menyesuaikan diri didalam perkembangan bisnis yang ada karena bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang responsif pada perkembangan zaman. Terkait Pandemi covid-19, dikeluarkanlah PP Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dengan maksud membatasi pergerakan orang dan barang dan mengharuskan masyarakat jika tidak ada keperluan mendesak diharapkan untuk berdiam diri dirumah. Hal ini juga berdampak terhadap terbatasnya operasional UMKM dan berkurangnya konsumen yang berbelanja secara langsung dibandingkan hari biasa. Dengan ini, Pelaku Usaha dapat menyesuaikan diri dengan membuka toko online/ berjualan melalui e-commerce. *E-commerce* merupakan sistem penjualan, pembelian dan memasarkan produk dengan memanfaatkan elektronik (Kotler, Philip dan Amstrong, 2012).

Dalam Penelitian (Hardilawati, 2019b) dan (Setyorini et al., 2019) menyimpulkan bahwa e-commerce memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja pemasaran dan pendapatan UMKM. Selain melakukan perdagangan *e-commerce*, Pelaku UMKM juga dituntut untuk dapat mengkomunikasikan produk secara intensif dengan melakukan pemasaran produk menggunakan digital marketing dan memanfaatkan media sosial untuk dapat menjangkau konsumennya secara langsung dan dapat menekan biaya promosi. Digital

marketing merupakan pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan akses internet, memanfaatkan social media maupun perangkat digital lainnya. Digital Marketing membantu perusahaan atau pelaku usaha dalam mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa mereka dan mampu memperluas pasar baru yang sebelumnya tertutup atau terbatas karena adanya keterbatasan waktu, jarak dan cara berkomunikasi (Prabowo, 2018).

Hasil penelitian (Hendrawan et al., 2019) menyatakan bahwa digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM. Pandemi covid-19 ini menyebabkan adanya pergeseran dan perubahan pola pembelian konsumen. Biasanya meskipun sudah ada penjualan online, namun konsumen tetap banyak yang membeli produk secara langsung ke toko atau pusat perbelanjaan. Namun sekarang ini, karena ada pembatasan dan peraturan pemerintah untuk tidak keluar rumah, maka otomatis konsumen tidak memungkinkan untuk berlama-lama di luar rumah. Pelaku UMKM juga harus menyesuaikan diri dan mengkondisikan penjualan produk dan jasanya. Perlu adanya perbaikan kualitas produk dan penyesuaian pelayanan untuk dapat menarik konsumen. Menurut (Gary, 2013) “kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya”. Menurut (Tjiptono, 2011) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan atau seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Penelitian (Tripayana & Pramono, 2020) dan (Lestari & R, 2019) menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap pembelian konsumen dan peningkatan kepuasan pelanggan sehingga nantinya dapat terbentuk loyalitas pelanggan.

Dari kegiatan pengabdian ini ditargetkan dapat menghasilkan luaran sebagai berikut :

- i. Seminar Nasional
- ii. Prosiding Seminar Nasional
- iii. Publikasi pada media sosial
- iv. Karya desain
- v. Modul ajar desain produk inovasi kreatif

II.2 Capaian Luaran Kegiatan

Rencana capaian dan luaran kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dilihat sesuai dengan indikasinya seperti pada **Tabel 2.2**

Tabel II.2 Luaran sebagai indikator capaian

No	Jenis Luaran	Keterangan
Luaran Wajib		
1	Publikasi ilmiah pada jurnal ber ISSN atau	Draft/sudah submit
2	Prosiding dalam Temu ilmiah	Draft/sudah submit
Luaran Tambahan		
1	Publikasi di jurnal Internasional	Draft/sudah submit
2	Publikasi di media massa	Draft/sudah submit
3	Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	Draft/terdaftar
4	Teknologi Tepat Guna (TTG)	Draft/sudah disusun
5	Model/purwarupa/karya desain	Draft/sudah disusun
6	Buku ber ISBN	Draft/sudah disusun

BAB III

METODE PELAKSANAAN

Permasalahan mitra yang sudah diidentifikasi yaitu dalam bidang produksi dan juga pemasaran. Pada bidang produksi dibagi menjadi 2:

- 1) Pemilihan desain masker yang aman dan nyaman bagi pengguna,
- 2) Sistem pemasaran masker yang efektif untuk industri rumahan dan upaya pengembangannya.

Metode pelaksanaan, dibagi menjadi beberapa tahapan, dimulai kajian teori dan dilanjutkan dengan pembuatan *modul* atau *software* untuk desain motif pada masker. Untuk mencapai nilai estetika dalam pembuatan motif masker, diperlukan pemahaman dan penguasaan ilmu dasar yang terdiri dari unsur dan prinsip desain (Irawan dan Tamara, 2013:3). Motif *seed* terdiri dari beberapa variasi warna agar pembeli mempunyai banyak opsi yang disesuaikan dengan warna kesukaan mereka. Motif batik juga dibuat sebagai variasi motif masker. Motif batik yang dipilih adalah motif parang, sebelumnya motif batik ini dibuat format *vector*-nya terlebih dahulu menggunakan *software* Adobe Illustrator. Untuk menambah variasi motif, pembuatan desain juga diambil dari inspirasi film, contohnya adalah pembuatan motif masker yang terinspirasi dari film 'Toys Story 4'.

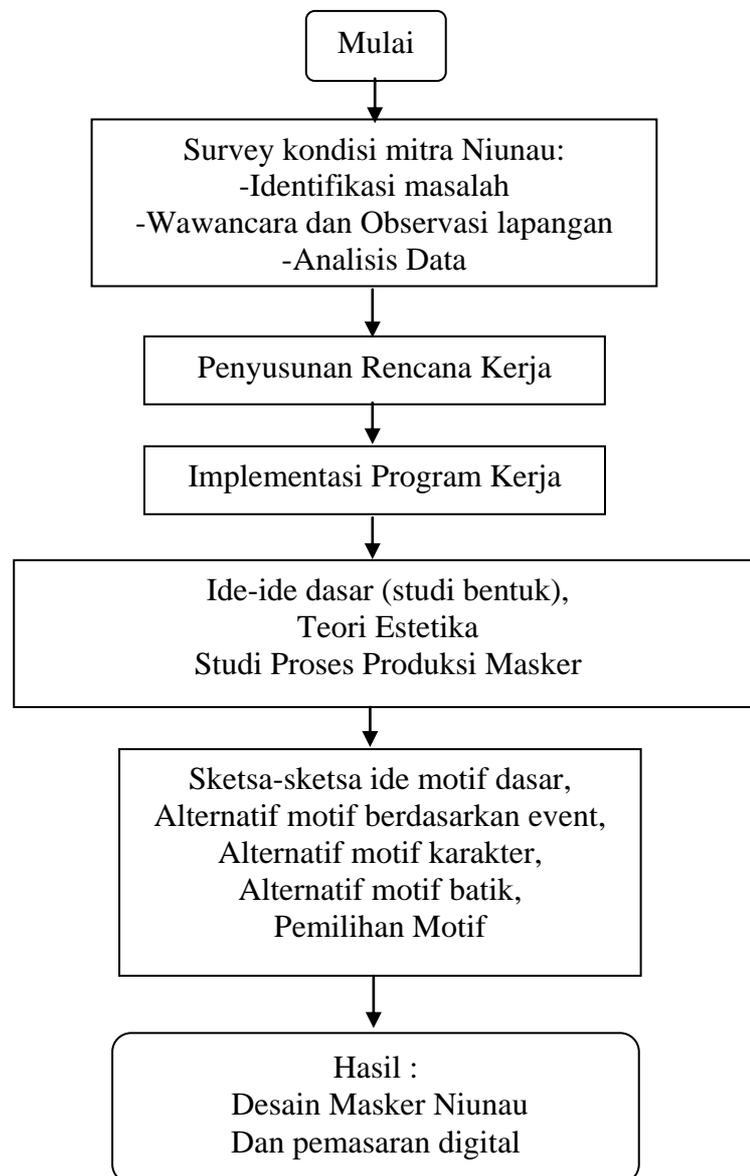
Penggunaan *adjuster* pada masker sebagai keunggulan penjualan masker kain dalam upaya proteksi virus dan juga kenyamanan penggunaan masker. Landasan pemikiran dari solusi yang ditawarkan berbasis dari kajian literatur Avicenna : Journal of Health Research, Joko Tri Atmojo, dkk (Penggunaan Masker Dalam Pencegahan Dan Penanganan Covid-19: Rasionalitas, Efektivitas, Dan Isu Terkini). Dilanjutkan dengan meningkatkan efektifitas produksi masker dengan mengembangkan sumber daya manusia dalam pengerjaan produksi. Tujuan diselenggarakan pengembangan Sumber daya manusia menurut (Simamora: 2006:276) diarahkan untuk membekali, meningkatkan, dan mengembangkan kompetensi kerja guna produktivitas tenaga kerja menurun banyak dan berfikir bahwa solusinya adalah pelatihan.

Setelah itu dilanjutkan dengan meningkatkan Strategi pemasaran dengan memanfaatkan E-Commerce agar UKM bertahan di Tengah Pandemi Covid-19, Landasan pemikiran dari solusi yang ditawarkan berbasis dari kajian literatur *Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*. Menjelaskan bahwa Indonesia didominasi oleh UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional juga terdampak serius bukan hanya pada aspek produksi dan

pendapatan mereka saja, namun juga pada jumlah tenaga kerja yang harus dikurangi dikarenakan pandemi ini.(Pakpahan, 2020). UMKM kurang memiliki ketahanan dan fleksibilitas dalam menghadapi Pandemi ini dikarenakan beberapa hal seperti tingkat digitalisasi yang masih rendah, kesulitan dalam mengakses teknologi dan kurangnya pemahaman tentang strategi bertahan dalam bisnis (OECD, 2020).

III.1 Tahapan Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dapat digambarkan dalam alur sebagai berikut :



Jadwal kegiatan pengabdian masyarakat perancangan standarisasi *kiosk mobile* Ancol ini dapat dilihat pada **Tabel III.1**

Tabel III.1 Jadwal Kegiatan PKM

No	Hari/Tanggal	Pihak Yang Terkait	Deskripsi Kegiatan
1	12 Desember 2020	Tim Pelaksana, Mitra	Diskusi Tim pelaksana
2	19 Desember 2020	Tim Pelaksana	Diskusi topik kegiatan Abdimas Mulai menyusun proposal Abdimas
3	26 Desember 2020	Tim Pelaksana, Mitra	Melakukan pertemuan dengan Mitra Niunau Diskusi Awal (Brief tahapan kegiatan)
4	10 Januari 2021	Tim Pelaksana, Mitra	Pengumpulan Data dan Programming : Survey I
5	17 Januari 2021	Tim Pelaksana	Pengumpulan Data dan Programming: Identifikasi masalah
6	21 Januari 2021	Tim Pelaksana	Memasukan proposal kegiatan Abdimas
7	24 Januari 2021	Tim Pelaksana	Pengumpulan Data dan Programming: Studi Proses Produksi dan Studi Pola Masker
8	8 Februari 2021	Tim Pelaksana, Mitra	Design Brief
9	15 Februari 2021	Tim Pelaksana	Design Brief, Studi dan brainstorming Tim
10	6 Februari 2021	Tim Pelaksana	Sintesa & Desain : Studi Konsep dan Alternatif Sketsa Motif Masker
11	20 Februari 2021	Tim Pelaksana	Sintesa & Desain : Studi Konsep dan Alternatif Sketsa Motif Masker
12	5 Maret 2021	Tim Pelaksana	Konsep Desain dan Gambar Desain
13	12 Maret 2021	Tim Pelaksana, Pengguna dan Responden	Pelaksanaan kegiatan dan dokumentasi produksi dan Pemasaran masker Niunau
14	26 April 2021	Tim Pelaksana, Mitra	Finalisasi dan persiapan publikasi
15	28 April 2021	Tim Pelaksana	Kegiatan Publikasi Seminar Nasional (SERINA)
16	31 Mei 2021	Tim Pelaksana	Penyusunan Laporan kemajuan sebagai bahan Monev Abdimas
17	7 Juni 2021	Tim Pelaksana, LPPM	Penyusunan Laporan Penyusunan Laporan kemajuan sebagai bahan Monev Abdimas
18	10 Juni 2021	Tim Pelaksana, LPPM	Memasukan laporan Penyusunan Laporan kemajuan sebagai bahan Monev Abdimas

III.2 Partisipasi Mitra Dalam Kegiatan PKM

Kegiatan PKM ini membutuhkan partisipasi aktif dari pihak mitra. Partisipasi tersebut dimulai dari terbukanya mitra terhadap semua proses atau tahapan kegiatan PKM. Kegiatan ini akan dilakukan ditempat mitra, partisipasi mitra dalam proses pendampingan, penyuluhan, praktek dan pelatihan dengan mengikuti proses dengan baik dan dapat memahaminya secara benar. Serta tim PKM dapat memberikan masukan kepada pihak mitra.

III.3 Uraian Keahlian dan Tugas Masing-Masing Anggota Tim

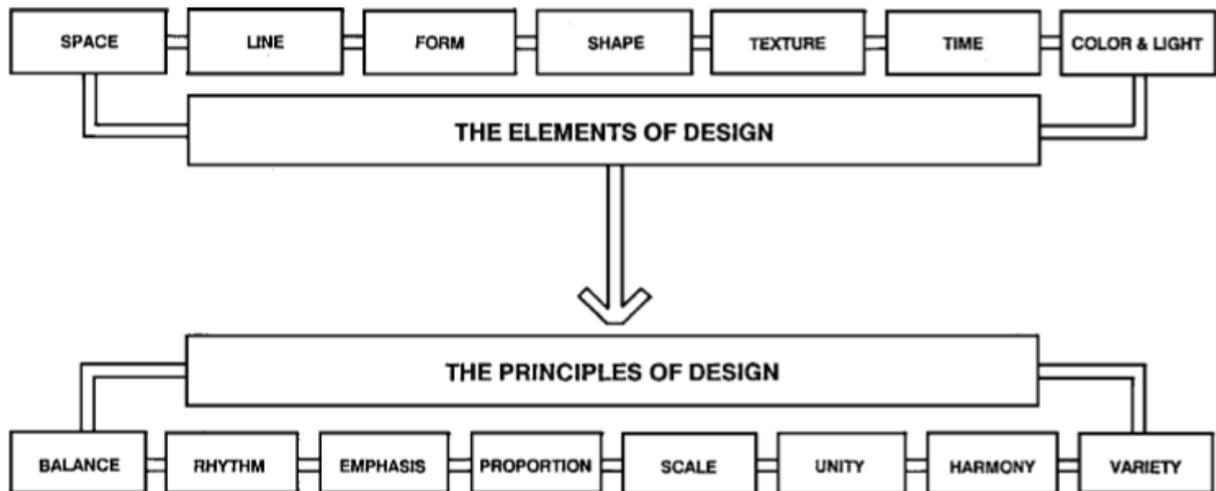
Tabel III.2 Tim Pengusul, Jenis Keahlian dan Uraian Tugas

NO.	NAMA	JENIS KEPAKARAN	URAIAN KEPAKARAN	TUGAS
1	Hafidh Indrawan, M.Sn,	Desain Interior	Strategi Bisnis	Memberikan pelatihan dan penyuluhan tentang manajemen bisnis. Memberikan pemahaman tentang strategi pemasaran.
2	Adi Imanto, S.Sn., M.T.	Desain Interior	Manajemen, pemasaran, manajemen operasional, manajemen strategi.	Memberikan pelatihan dan penyuluhan tentang penerapan manajemen. Yaitu tentang kemasan yang baik. Mulai dari pemilihan dan pembersihan kemasan yang digunakan.
3	Fivanda, S.Ds., M.Ds.	Desain Interior	Pemilihan desain, variasi warna, motif, dan material yang cocok untuk masker	Menemukan desain sesuai dan tepat untuk diproduksi massal, menentukan pemilihan konveksi yang sesuai, dan menentukan <i>packaging</i> masker yang sesuai untuk pengiriman.

BAB IV HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

III.1 Tahapan/Langkah-Langkah Solusi Bidang Pengembangan Desain Masker

Implementasi kaidah estetika dalam perancangan produk masker (Kilmer, Rosemary , 2014).

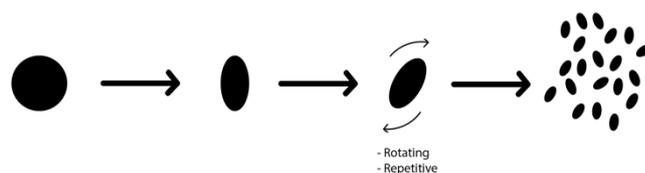


Gambar. IV.1 Elemen dan Prinsip Desain (Kilmer, Rosemary, 2014)

Setelah dikaji melalui pendekatan ilmu desain, pembuatan desain variasi motif masker dilakukan dengan penambahan macam-macam warna dan juga motif, yang pada awalnya motif hanya dikembangkan dari *basic form*, dikembangkan menjadi bentuk-bentuk yang unik dan bervariasi.

1. Motif *seed*.

Motif ini sebelumnya dikembangkan dari bentuk lingkaran, diubah bentuknya menjadi memanjang atau oval, selanjutnya dirotasi ke arah yang berbeda dan modul diperbanyak. Hasil akhir motif adalah bentuk tunas biji atau berbentuk beras, dimana inspirasi bentuk diambil dari elemen yang ada disekitar kita.



Gambar. IV.2 Studi motif *seed*

(Sumber: Tim PKM, 2021)

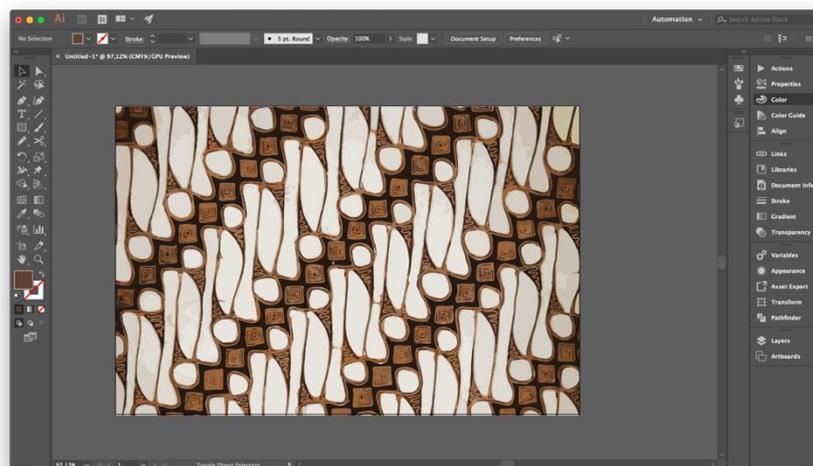
Motif *seed* terdiri dari beberapa variasi warna agar pembeli mempunyai banyak opsi yang disesuaikan dengan warna kesukaan konsumen, seperti terlihat pada **Gambar IV.3** di bawah ini.



Gambar. IV.3 Implementasi motif *seed* pada masker
(Sumber: Tim PKM, 2021)

2. Motif batik

Motif batik sebagai salah identitas motif di Indonesia juga dibuat sebagai variasi motif masker. Motif batik yang dipilih adalah motif parang, sebelumnya motif batik ini dibuat format *vector*-nya terlebih dahulu menggunakan *software* Adobe Illustrator (**Gambar IV.4**).



Gambar. IV.4 Studi pada *software* Adobe Illustrator motif batik pada masker
(Sumber: Tim PKM, 2021)

Selain motif parang, motif batik lainnya yang dibuat adalah motif kawung. Motif kawung dimodifikasi agar warnanya lebih menarik begitu juga dengan motifnya dibuat lebih simple dan modern.



Gambar. IV.5 Aplikasi motif batik pada masker

(Sumber: Tim PKM, 2021)

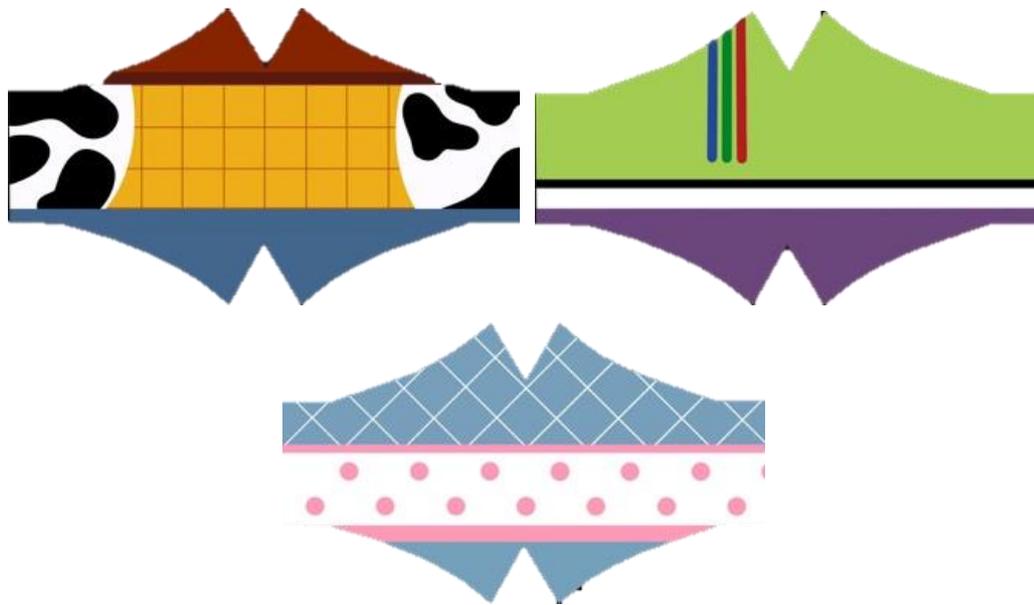
3. Motif Tematis

Motif tematis, pembuatan motif masker yang terinspirasi dari film ‘Toys Story 4’. Motif masker dipilih dari 3 tokoh film ‘Toy Story 4’, yaitu Woody, Buzz lightyear, dan juga Bo Peep. Pembuatan motif ini merepresentasikan bentuk dan warna dari tiap tokoh yang diimplementasikan pada bentuk masker wajah. Ide desain ini diciptakan agar menarik selera pasar terutama anak-anak dan juga remaja yang menyukai film ‘Toy Story 4’. Masker ini dikeluarkan dengan jumlah terbatas atau *limited edition* (**Gambar IV.7**).



Gambar. IV.6 Tokoh Karakter Disney Toy Story

(Sumber: Disney Toy Story 4 movie, 2019)

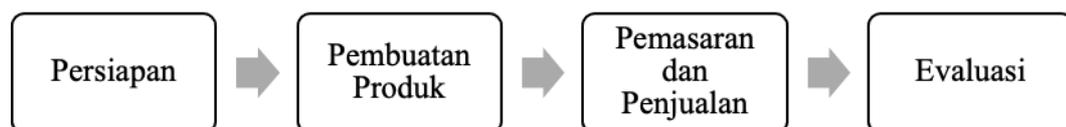


Gambar. IV.7 Aplikasi motif masker tematis

(Sumber: Tim PKM, 2021)

III.2 Tahapan/Langkah-Langkah Solusi Bidang Produksi

Mitra memberikan fasilitas sarana dan prasarana dalam pengembangan desain masker kain serta dalam segi pemasaran. Berikut ini dijelaskan mengenai metode pelaksanaan dan pengekseskuan gagasan bisnis masker Niunau dalam proses produksi yang secara ringkas digambarkan dalam bentuk skema:

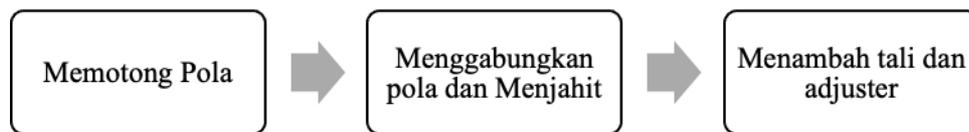


1. Tahap persiapan. Pada tahap ini, tim produksi melakukan pembelian perlengkapan dan peralatan produksi. Mulai dari bahan baku dan alat-alat penunjang usaha.
2. Tahap pembuatan produk. Tahap pembuatan produk adalah tahap dimana tim melakukan proses produksi atau pengolahan bahan baku, mulai dari pemotongan pola luar, menjahit, dan memasang tali.
3. Tahap pemasaran dan penjualan. Pada tahap ini dilakukan berbagai promosi dan penjualan mulai dari *online-offline*. *Online* dilakukan dengan cara me-posting di berbagai media sosial, seperti, instagram, dan *marketplace online*. Sedangkan *offline* dilakukan dengan *mouth to mouth*, penawaran langsung kepada konsumen(yaitu teman-teman kampus dan orang sekitar)

4. Evaluasi. Evaluasi merupakan tahapan krusial untuk meninjau perkembangan produksi, pemasaran, hingga penjualan produk. Evaluasi ini dilakukan di tiap akhir hari produktif, gunanya adalah untuk meminimalisir kesalahan yang akan terjadi kemudian hari dan menganalisa kemungkinan-kemungkinan minimalisir biaya dan untuk menyatukan aspirasi karyawan produksi untuk mencapai visi usaha.

Dalam Tahap Pembuatan produk, tanggung jawab terbesar dipegang oleh pihak outsourcing yang merupakan perusahaan konveksi yang membuat produk masker.

Tahap pembuatan produk digambarkan dalam tahapan skema sebagai berikut:



Memotong Pola

Bahan yang dijadikan bahan dasar masker merupakan bahan katun berlapis sebanyak tiga lembar. Tujuannya untuk meminimalisasi penyebaran virus dan merupakan standar yang diberlakukan dari Pemerintah. Masker yang dibuat disesuaikan dengan ukuran yang sudah diukur sebelumnya, yaitu untuk masker dewasa. Bahan katunnya tersedia dalam berbagai motif Mulai dari masker polos hingga masker bermotif garis, polkadot, kotak, dan lain-lain.



Gambar IV.8 Proses mencetak dan memotong pola masker
(Sumber: Tim PKM, 2021)

Menggabungkan Pola dan Menjahit

Dua pola digabungkan dan dijahit mengelilingi pola kain masker, setelah itu kain masker dibalik dan disetrika sebelum dipasang tali.

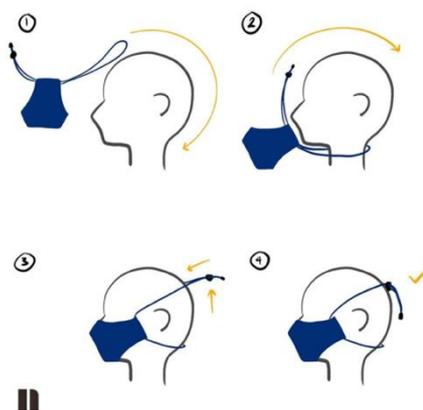


Gambar IV.9 Proses menjahit masker
(Sumber: Tim PKM, 2021)

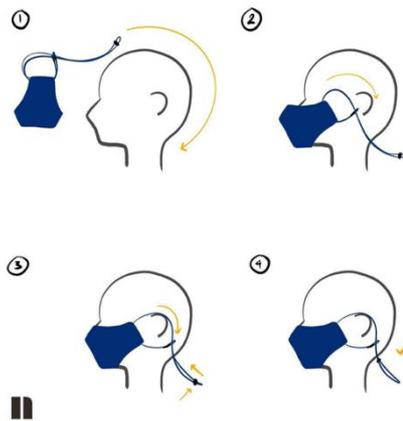
Menambahkan tali dan adjuster

Tali dan *adjuster* ditambahkan melalui lubang yang berada di samping kiri dan kanan masker, setelah tali berukuran 70 cm dimasukkan, *adjuster* ditambahkan. Fungsi dari *adjuster* sendiri adalah untuk menyesuaikan ukuran kepala pengguna, selain itu, *adjuster* digunakan agar pengguna tidak merasa kesakitan setelah berlama-lama menggunakan masker.

Berikut merupakan referensi melalui gambar cara pemakaian masker model *Headloop* dan juga *Earloop*.



Gambar IV.10 Cara Pemakaian Masker Headloop
(Sumber: Tim PKM, 2021)



Gambar IV.11 Cara Pemakaian Masker Earloop
(Sumber: Tim PKM, 2021)

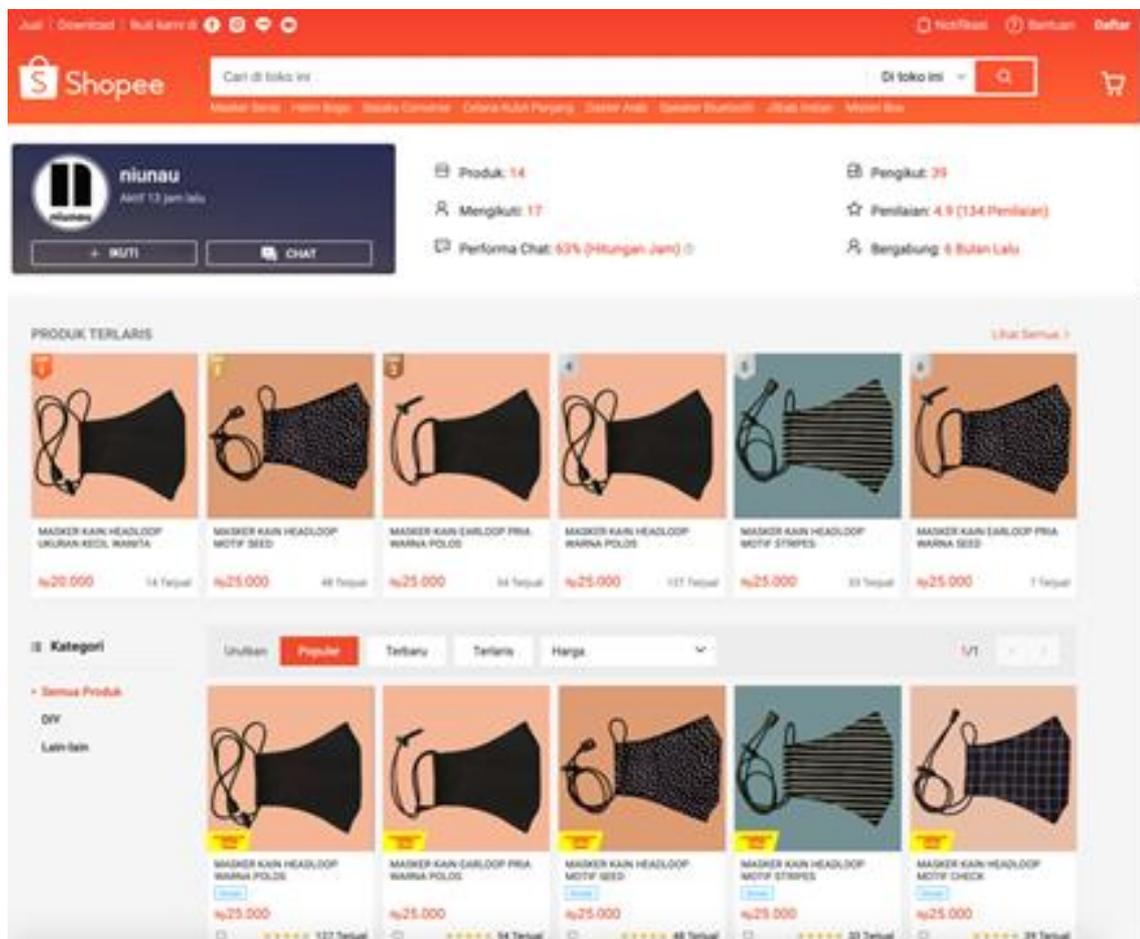


Gambar IV.12 Aplikasi Tali dan Adjuster pada Masker Niunau
(Sumber: Tim PKM, 2021)

III.3 Tahapan/Langkah Solusi Bidang Pemasaran

Bisnis perdagangan secara elektronik (*e-commerce*) meningkat tajam di masa pandemi covid-19. Perilaku masyarakat dalam berbelanja kini telah bergeser, dari berbelanja di toko secara fisik ke toko daring. Bahkan, masyarakat kini mulai tak ragu lagi berbelanja kebutuhan pokok di toko daring yang tersedia di *marketplace*. Transaksi bisnis *e-commerce* awalnya adalah pilihan. Namun, dengan kondisi pandemi sekarang ini, mau tidak mau atau suka tidak suka, banyak perusahaan yang

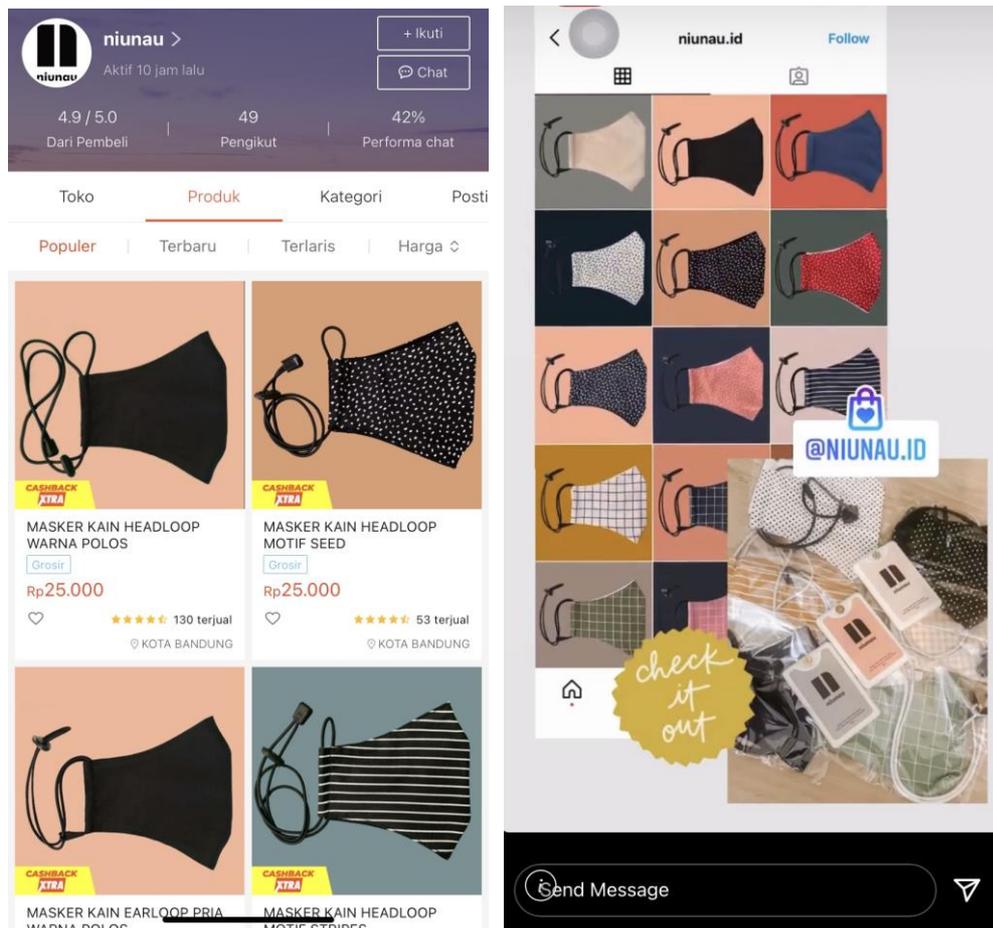
melebarkan sayap bisnisnya melalui *online* dan *e-commerce* untuk menjaga kelangsungan usaha. Sebagian besar pelaku bisnis melakukan perubahan dengan cepat, seperti mengalihkan jenis produk yang ditawarkan, meski tak sedikit juga yang berjuang untuk tetap melanjutkan bisnis sebelumnya. Meskipun pandemi Covid-19 belum bisa diprediksi kapan akan berakhir, namun kehidupan manusia telah mengalami banyak perubahan. Pola transaksi *online* sudah menjadi tren di masyarakat dan akan terus berlanjut hingga beberapa tahun mendatang. Melihat fenomena di atas, solusi terbaik untuk melakukan pemasaran PKM bisnis Niunau yaitu melalui platform *e-commerce* agar penjualannya tetap stabil walaupun terhambat pandemi.



Gambar IV.13 Pemasaran Masker melalui e-commerce shopee
(Sumber: Tim PKM, 2021)

Instagram dipilih sebagai strategi penjualan online karena memudahkan pembeli untuk melihat katalog masker yang tersedia, selain itu Instagram mudah di akses oleh semua orang dan terdapat fitur *advertisement* yang juga dapat memudahkan promosi penjualan. Namun demikian, meskipun dalam masa pandemi covid-19 para pelaku usaha sudah menerapkan strategi pemasaran melalui

media sosial, tetapi perlu juga dicermati kemampuan daya beli masyarakat. Budiman (2018) dan Suhardi & Herlina (Suhardi & Herlina, 2010).



Gambar IV.14 Pemasaran masker melalui media social Instagram
(Sumber: Tim PKM, 2021)

Masker yang sudah selesai dibuat, kemudian dikemas menggunakan plastik dengan harga satuan Rp25.000,00. Penjualan reseller dikenakan dengan harga satu lusinnya Rp192.000,00 yang berarti harga satuan masker senilai Rp.16.000,00. Industri garmen rumahan milik mitra ini didaftarkan di toko penjualan online shopping, yaitu Shopee dan juga melalui Instagram dengan nama @niunau.id. Hasilnya didapatkan peningkatan pendapatan yang cukup signifikan. Masker ini terjual cukup banyak di pasaran dikarenakan bahannya yang tebal dan pembeli dapat memesan motif sesuai keinginannya. Pelatihan yang dilakukan oleh pembina dapat meminimalisasi kerugian akibat produksi yang belum terjual. Pembuatan masker dipilih karena efektif berdasarkan kebutuhan yang ada di pasar cukup tinggi akan kebutuhan masker. Selain itu, penjualan yang cepat dan harganya yang terjangkau

membuat industri rumahan ini berkreasi dengan menambahkan model lekukan pada masker yang jual agar terlihat lebih menarik.



Gambar IV.15 Strategi pemasaran masker tag dan packaging
(Sumber: Tim PKM, 2021)

Masker ini terjual cukup banyak di pasaran dikarenakan bahannya yang tebal dan pembeli dapat memesan motif sesuai keinginannya. Pelatihan yang dilakukan oleh tim PKM dapat meminimalisasi kerugian akibat produksi yang belum terjual. Pembuatan masker dipilih karena efektif berdasarkan kebutuhan yang ada di pasar cukup tinggi akan kebutuhan masker. Selain itu, penjualan yang cepat dan harganya yang terjangkau membuat industri rumahan ini berkreasi dengan menambahkan model lekukan pada masker yang jual agar terlihat lebih menarik.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada masa pandemi covid 19 saat ini, masker menjadi salah satu kebutuhan pokok manusia untuk beraktivitas. Seiring dengan kondisi ini meningkat pula permintaannya, bukan hanya dari produsen masker kesehatan, tetapi juga dari masker kain. Niunau, salah satu produksi rumahan masker di Bandung sebagai mitra, memerlukan ide-ide kreatif dalam memproduksi *reusable mask* untuk meningkatkan daya saing. Pengembangan inovasi baru pada produk, keterbatasan sumber daya manusia dan sistem pemasaran merupakan beberapa permasalahan yang perlu dipecahkan agar produksi tetap berjalan dan menghasilkan profit.

Tim PKM melalui kegiatan ini melakukan kajian teori, perencanaan konsep dan desain dari masker kain. Serta melakukan percobaan pembuatan produk *mock up* berdasarkan hasil *brainstorming* desain dengan tim. Hasilnya yaitu permasalahan masker yang paling sering dirasakan oleh pengguna pada umumnya adalah dimana saat masker terlalu lama dipakai, akan menimbulkan rasa sakit di bagian belakang telinga, dikarenakan model masker yang tidak bisa menyesuaikan ukuran muka pengguna walaupun menggunakan tali pengikat masker berbahan elastis.

Melalui riset ini, tim PKM memberikan rekomendasi kepada mitra untuk melakukan penyelesaian masalah melalui proses desain pada produk masker yang akan dibuat sesuai dengan perkembangan kebutuhan masyarakat yang memenuhi syarat protokol kesehatan. Konsep dan tema dapat diimplementasikan pada pemasaran produk agar terlihat unik dan menarik, begitu juga dengan pemilihan desain yang mementingkan kenyamanan pengguna yang dapat menjamin perlindungan kesehatan pengguna. Melalui kegiatan PKM ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing mitra dalam memproduksi masker berkualitas yang berestetika dan sesuai dengan fungsinya. Selain itu proses pemasaran digital sudah dilakukan dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Salah satu output kegiatan berupa video pembuatan juga menjadi media publikasi yang dapat bermanfaat bagi masyarakat luas serta mampu menjadi media promosi mengenai kegiatan-kegiatan di Universitas Tarumanagara dengan program pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Gary, P. K. *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Education Limited. 2013.
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., Cahyandi, K., Indriyani, & Rayendra, A. *Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantasari Cilacap*. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarisan*, 4(1),53–60.<http://www.jurnal.stiks-tarakanita.ac.id/index.php/JAK/article/view/189/136>, 2019.
- Irawan, B., & Tamara, P. *Dasar-Dasar Desain*. Griya kreasi. Depok, 2012.
- Kemenperin,. Direktori Perusahaan Seluruh Indonesia. Kemenperin.go.id, 2020
- Kotler, Philip. Armstrong, Gary. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi. 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga. 2008.
- Lestari, S. P., & R, K. A. *The Effect Of Product Quality Toward Interest In*. 5(2), 95–102, 2019.
- Lidwell, W., dkk, *Universal Principles of Designs*. Rockport Publishers, Inc. 2003.
- OECD. *SME Policy Responses*. Diakses 23 April 2020. https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=119_119680-di6h3qgi4x&title=Covid-19_SME_Policy_Responses.
- Pakpahan, A.K. *Tanggung Jawab Pemerintah. Pikiran Rakyat*, 4 Maret 2020, hal. 14.
- Prabowo, W. A. *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur*. *Jurnal ManajemenPemasaran*.12(2),101–112. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.101-112>, 2018.
- Putro, B. E., Pratama, F, *Analisis Model Prediksi Kebangkrutan Industri Garmen dengan Menggunakan Metode Altman Z- Score*, *Jurnal Media Teknik dan Sistem Industri*, 2017.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. *Dasar-dasar Tata Rupa & Desain*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran. 2005.
- Sanyoto, S.E. *Nirmana: Elemen-elemen Seni dan Desain (edisi ke-2)*. Yogyakarta: Jalasutra. 2009.

Setyorini, D., Nurhayati, E., & Rosmita. (2019). Pengaruh Transaksi Online (e-Commerce) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 3(5), 501–509.

Simamora, H. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Ketiga. Yogyakarta. STIE-YKPN, 2006.

Tjiptono, F. *Service, Quality & Satisfaction* (3th ed.). ANDI, 2011.

Tripanyana, S., & Pramono, J. Kualitas Produk, Pelayanan, dan Loyalitas Pelanggan Dimana Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada UKM Start Up Pariwisata Kombuchi Brewing Co, Bali. *Jemap*, 2(2), 182. <https://doi.org/10.24167/jemap.v2i2.2266>, 2020.

WANG, Y., & HE, Y. *Opinions on the corona virus disease 2019*. Chongqing Medicine, 2020.

World Health Organization. *Advice on the use of masks in the context of COVID-19*. (April) Hal 1–5, 2020.

World Health Organization. *WHO updated guidance on the use of masks*. (30), 2020.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat pernyataan kesediaan kerja sama dari mitra

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN KERJA SAMA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cinantya Dwi Harsi
Pimpinan Mitra : NIUNAU.ID
Bidang Kegiatan : Produksi Masker Kain Rumahan
Alamat : Jl. Taurus No. 9 Bandung

Dengan ini menyatakan bersedia untuk bekerja sama dengan Pelaksana Kegiatan PKM

Nama Ketua Tim Pengusul : Hafidh Indrawan, M.Sn.
Program Studi/Fakultas : Program Studi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa dan Desain
Perguruan Tinggi : Universitas Tarumanagara

Bersama ini pula kami nyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa diantara pihak Mitra dan Pelaksana Kegiatan PKM tidak terdapat ikatan kekeluargaan dan ikatan usaha dalam wujud apapun juga.

Demikian Surat Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab tanpa ada unsur pemaksaan dalam pembuatannya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

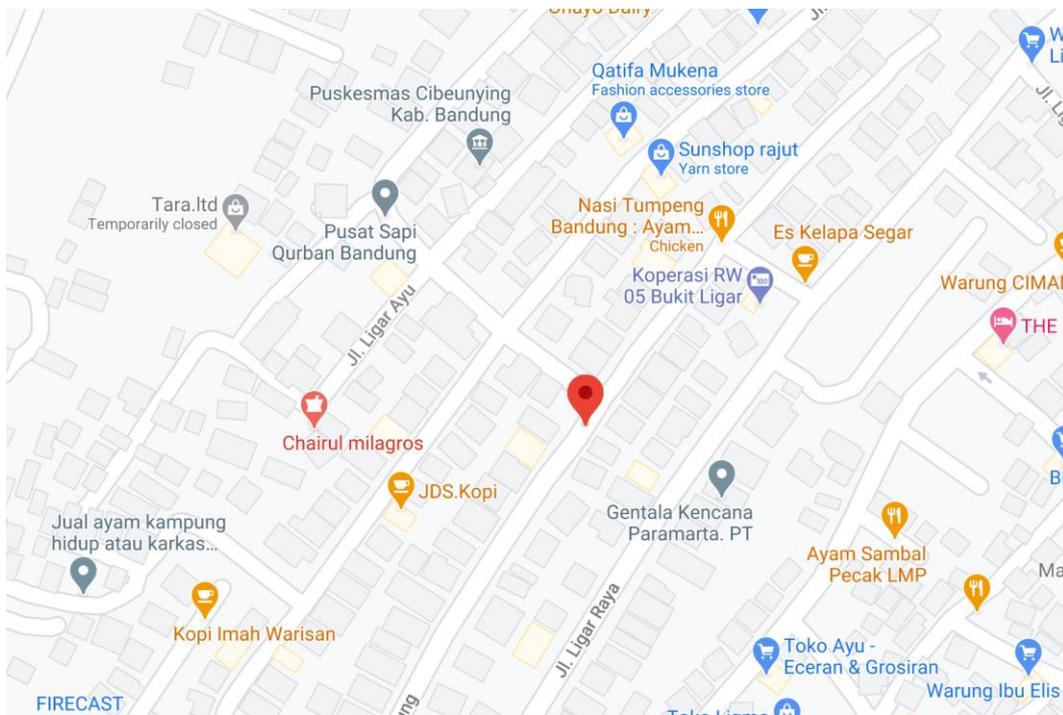
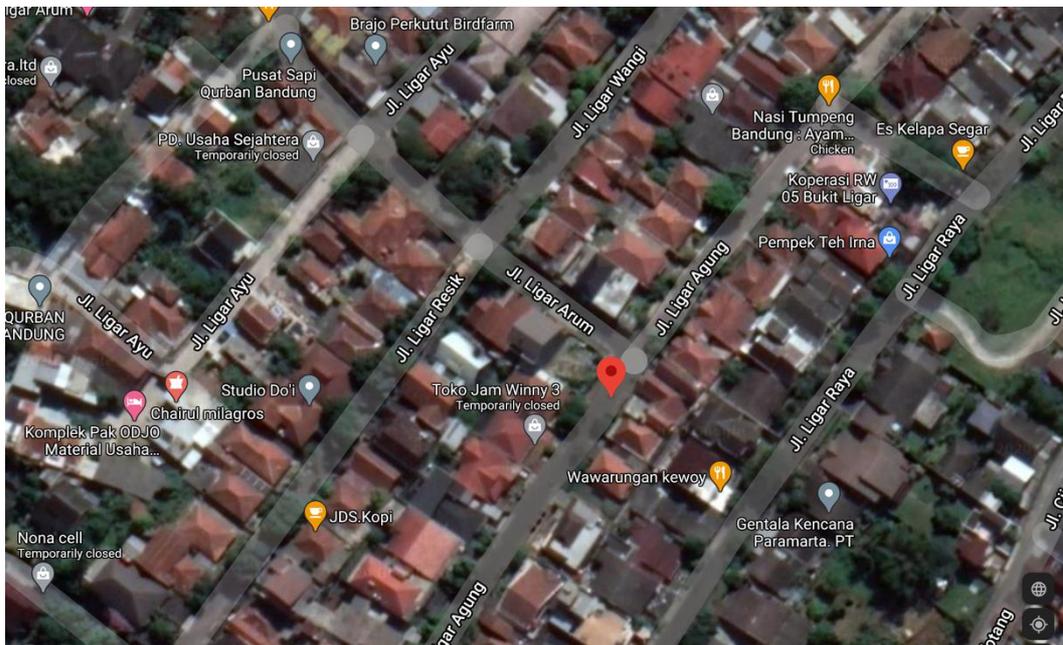
Bandung, 12 Januari 2021

Yang Menyatakan



(Cinantya Dwi Harsi)

Lampiran 2. Peta Lokasi Mitra Sasaran



Lampiran 3. Luaran Makalah

PEMILIHAN MOTIF KAIN UNTUK MENINGKATKAN PRODUKSI MASKER INDUSTRI RUMAHAN DI BANDUNG

Hafidh Indrawan¹, Fivanda², Adi Ismanto³

^{1,2}Program Studi Desain Interior, Universitas Tarumanagara Jakarta
Surel: hafidhi@fsrd.untar.ac.id, fivanda@fsrd.untar.ac.id, adii@fsrd.untar.ac.id

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 sudah berlangsung lama dan menjadi fenomena di dunia, termasuk di Indonesia. Salah satu cara meminimalisir penyebaran virus ini adalah dengan menerapkan protokol Kesehatan 5M yaitu memakai masker, mencuci tangan pakai sabun serta air mengalir, menjaga jarak, menjauhi kerumunan serta membatasi mobilisasi dan interaksi. Masker menjadi salah satu kebutuhan manusia untuk beraktivitas. Dengan meningkatnya permintaan, salah satu produksi rumahan masker di Bandung sebagai mitra, memerlukan ide-ide kreatif dalam memproduksi *reusable mask* untuk meningkatkan daya saing. Pengembangan inovasi baru pada produk, keterbatasan sumber daya manusia dan sistem pemasaran merupakan beberapa permasalahan yang perlu dipecahkan agar produksi tetap berjalan dan menghasilkan profit. Sebagai salah satu solusi, tim PKM melalui kegiatan ini melakukan kajian teori, perencanaan konsep dan desain dari masker kain. Serta melakukan percobaan pembuatan produk *mock up* berdasarkan hasil *brainstorming* desain dengan tim. Hasilnya yaitu permasalahan masker yang paling sering dirasakan oleh pengguna pada umumnya adalah dimana saat masker terlalu lama dipakai, akan menimbulkan rasa sakit di bagian belakang telinga, dikarenakan model masker yang tidak bisa menyesuaikan ukuran muka pengguna walaupun menggunakan tali pengikat masker berbahan elastis. Melalui riset ini, tim PKM memberikan rekomendasi kepada mitra untuk melakukan penyelesaian masalah melalui proses desain pada produk masker yang akan dibuat sesuai dengan perkembangan kebutuhan masyarakat yang memenuhi syarat protokol kesehatan. Konsep dan tema dapat diimplementasikan pada pemasaran produk agar terlihat unik dan menarik, begitu juga dengan pemilihan desain yang mementingkan kenyamanan pengguna yang dapat menjamin perlindungan kesehatan pengguna.

Kata kunci : Covid-19, Desain, Inovasi, Masker, *Reusable*

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has been a long time and has become a phenomenon in the world, including in Indonesia. One way to minimize the spread of this virus is to apply the 5M Health protocol, namely wearing masks, washing hands with soap and running water, keeping distance, staying away from crowds and limiting mobilization and interaction. Masks become one of the human needs for activities. With increasing demand, one of the home production masks in Bandung as a partner, requires creative ideas in producing reusable masks to improve competitiveness. The development of new innovations in products, limitations of human resources and marketing systems are some of the problems that need to be solved in order to keep production running and making profit. As one solution, pkm team through this activity conducted a theoretical study, concept planning and design of cloth masks. As well as conducting mock up product creation experiments based on design brainstorming results with the team. The result is the mask problem that is most often felt by users in general is that when the mask is too long to wear, it will cause pain in the back of the ear, due to the mask model that can not adjust the size of the user's face even though using elastic mask straps. Through this research, THE PKM team provides recommendations to partners to solve problems through the design process on mask products that will be made in accordance with the development of the needs of people who meet the requirements of health protocols. Concepts and themes can be implemented in product marketing to look unique and attractive, as well as the selection of designs that attach importance to user convenience that can guarantee the protection of user health.

Keywords: Covid-19, Design, Innovation, Mask, *Reusable*

1. PENDAHULUAN

Industri garmen menjadi salah satu industri yang banyak diminati oleh pengusaha yang ada di Indonesia hal ini dibuktikan dari data Kemenperin di Indonesia setidaknya ada 323 industri garmen di Indonesia (Kemenperin, 2020). Salah satu penyebabnya adalah produksi yang mudah dan penjualannya yang cepat. Akan tetapi, awal tahun 2020 fenomena pandemi mulai masuk ke Indonesia dan mengubah sistem perekonomian dan berdampak pada sektor industri garmen (Putro, 2017). Produksi yang terus dilakukan, tetapi penjualan yang tidak meningkat berdampak pada kerugian industri garmen rumahan (Sujanto, 2016). Produksi rumahan masker yang dapat digunakan kembali atau yang sering dikenal dengan istilah *reusable mask* menawarkan solusi kenyamanan bagi banyak orang, usaha ini selain itu juga tidak menutup kemungkinan bagi produsen untuk berkontribusi lebih untuk mengatasi kekurangan alat pelindung diri secara global. Sikap dan kebiasaan terhadap masker telah berubah, masker telah menjadi bagian dari kehidupan kita sehari-hari. Masker mungkin masih terasa seperti tambahan pelengkap pakaian yang tidak biasa digunakan untuk rutinitas sehari-hari karena fungsinya yang bertugas untuk menyembunyikan bagian diri kita yang biasanya terbuka, tetapi itu tidak berarti identitas kita juga harus disembunyikan. Dengan memilih masker yang tepat agar sesuai dengan estetika diri bersamaan dengan melakukan protokol kesehatan yang dapat melindungi kita dan merupakan bentuk pecegahan pertama penyakit masuk dalam diri kita melalui sistem pernafasan. Mengenakan masker wajah bisa menjadi lebih dari sekadar tanggung jawab kita melainkan hal ini bisa menjadi bentuk ekspresi diri yang baru.

Niunau adalah salah satu mitra kreatif produksi masker rumahan di Bandung. Niunau merupakan salah satu PKM yang dibimbing pembina untuk mengembangkan industri rumahan untuk memproduksi masker yang terbentuk pada saat masa pandemi melanda Indonesia. Berawal dari kegemaran pemilik PKM untuk membuat *hampers* lebaran berupa masker kain, pembina melihat adanya peluang berupa potensi yang dimiliki oleh mitra untuk melakukan pembuatan masker dan menjualnya yang saat ini mulai langka. Masker dipilih sebagai produk usaha dikarenakan tingginya kebutuhan akan produk masker dengan harganya yang relatif mahal. Berdiri pada awal Juni 2020, mitra mulai memasarkan produknya berupa masker kain dengan beberapa pilihan motif. Tetapi dikarenakan kalah saing dengan brand usaha masker lainnya, mitra mengalami kesulitan dalam pemasaran sehingga perlu mengadakan pengembangan inovasi baru pada produknya, selain itu dampak tingginya permintaan produksi masker begitu banyak dengan keterbatasan sumber daya manusia. Sistem pemasaran yang dilakukan hanya berdasarkan permintaan dari rekan terdekat saja tanpa promosi secara luas ke masyarakat luar Bandung maupun luar Jawa.

Masker menjadi produk yang paling banyak dibeli saat pandemi mulai melanda Indonesia selain *hand sanitizer* (Wang, 2020). Akan tetapi, harga masker yang ada di pasaran tergolong tidak ekonomis dikarenakan harganya yang sangat mahal. Harga masker medis dapat mencapai angka Rp600.000,00 dan membuat pembeli tidak berani membeli dengan dasar harganya yang sangat mahal. Disaat itu, terdapat arahan bagi masyarakat untuk menggunakan masker kain sebagai pengganti masker medis dengan syarat masker kain dibuat terdiri dari dua sampai tiga lapis. Masker kain juga direkomendasikan karena ia bisa dicuci berulang kali, melihat peluang harga masker dan tingginya minat pasar terhadap masker kain, pembina merekomendasikan kepada mitra untuk mengembangkan potensi yang mereka miliki sebagai desainer, salah satunya dengan mengangkat ide kreatifnya pada industri rumahan

2. METODE PELAKSANAAN

Permasalahan mitra yang sudah diidentifikasi yaitu dalam bidang produksi dan juga pemasaran. Pada bidang produksi dibagi menjadi 2: 1) Pemilihan desain masker yang aman dan nyaman bagi pengguna, 2) Sistem pemasaran masker yang efektif untuk industri rumahan dan upaya pengembangannya.

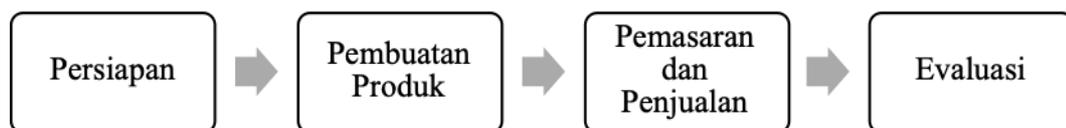
Metode pelaksanaan, dibagi menjadi beberapa tahapan, dimulai kajian teori dan dilanjutkan dengan pembuatan *modul* atau *software* untuk desain motif pada masker. Untuk mencapai nilai estetika dalam pembuatan motif masker, diperlukan pemahaman dan penguasaan ilmu dasar yang terdiri dari unsur dan prinsip desain (Irawan dan Tamara, 2013:3). Motif *seed* terdiri dari beberapa variasi warna agar pembeli mempunyai banyak opsi yang disesuaikan dengan warna kesukaan mereka. Motif batik juga dibuat sebagai variasi motif masker. Motif batik yang dipilih adalah motif parang, sebelumnya motif batik ini dibuat format *vector*-nya terlebih dahulu menggunakan *software* Adobe Illustrator. Untuk menambah variasi motif, pembuatan desain juga diambil dari inspirasi film, contohnya adalah pembuatan motif masker yang terinspirasi dari film ‘Toys Story 4’.

Penggunaan *adjuster* pada masker sebagai keunggulan penjualan masker kain dalam upaya proteksi virus dan juga kenyamanan penggunaan masker. Landasan pemikiran dari solusi yang ditawarkan berbasis dari kajian literatur Avicenna : Journal of Health Research, Joko Tri Atmojo, dkk (Penggunaan Masker Dalam Pencegahan Dan Penanganan Covid-19: Rasionalitas, Efektivitas, Dan Isu Terkini). Dilanjutkan dengan meningkatkan efektifitas produksi masker dengan mengembangkan sumber daya manusia dalam pengerjaan produksi. Tujuan diselenggarakan pengembangan Sumber daya manusia menurut (Simamora: 2006:276) diarahkan untuk membekali, meningkatkan, dan mengembangkan kompetensi kerja guna produktivitas tenaga kerja menurun banyak dan berfikir bahwa solusinya adalah pelatihan.

Setelah itu dilanjutkan dengan meningkatkan Strategi pemasaran dengan memanfaatkan E-Commerce agar UKM bertahan di Tengah Pandemi Covid-19, Landasan pemikiran dari solusi yang ditawarkan berbasis dari kajian literatur *Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*. Menjelaskan bahwa Indonesia didominasi oleh UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional juga terdampak serius bukan hanya pada aspek produksi dan pendapatan mereka saja, namun juga pada jumlah tenaga kerja yang harus dikurangi dikarenakan pandemi ini. (Pakpahan, 2020). UMKM kurang memiliki ketahanan dan fleksibilitas dalam menghadapi Pandemi ini dikarenakan beberapa hal seperti tingkat digitalisasi yang masih rendah, kesulitan dalam mengakses teknologi dan kurangnya pemahaman tentang strategi bertahan dalam bisnis (OECD, 2020).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

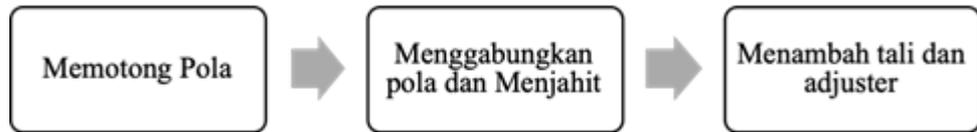
Berikut ini dijelaskan mengenai metode pelaksanaan dan pengekseskuan gagasan bisnis masker Niunau dalam proses produksi yang secara ringkas digambarkan dalam bentuk skema:



Dalam Tahap Pembuatan produk, tanggung jawab terbesar dipegang oleh pihak outsourcing yang merupakan perusahaan konveksi yang membuat produk masker.

Tahap pembuatan produk

Digambarkan dalam tahapan skema sebagai berikut:



Memotong Pola

Bahan yang dijadikan bahan dasar masker merupakan bahan katun berlapis sebanyak tiga lembar. Tujuannya untuk meminimalisasi penyebaran virus dan merupakan standar yang diberlakukan dari Pemerintah. Masker yang dibuat disesuaikan dengan ukuran yang sudah diukur sebelumnya, yaitu untuk masker dewasa. Bahan katunnya tersedia dalam berbagai motif Mulai dari masker polos hingga masker bermotif garis, polkadot, kotak, dan lain-lain.



Gambar 7. Proses mencetak dan memotong pola masker
Sumber: penulis, 2020

Menggabungkan Pola dan Menjahit

Dua pola digabungkan dan dijahit mengelilingi pola kain masker, setelah itu kain masker dibalik dan disetrika sebelum dipasang tali.



Gambar 8. Proses menjahit masker
Sumber: penulis, 2020

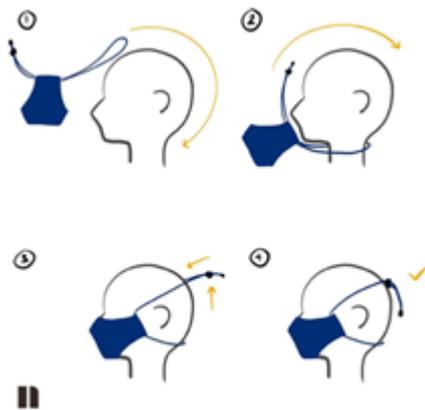
Menambahkan tali dan adjuster

Tali dan *adjuster* ditambahkan melalui lubang yang berada di samping kiri dan kanan masker, setelah tali berukuran 70 cm dimasukkan, *adjuster* ditambahkan. Fungsi dari *adjuster* sendiri adalah untuk menyesuaikan ukuran kepala pengguna, selain itu, *adjuster* digunakan agar pengguna tidak merasa kesakitan setelah berlama-lama menggunakan masker.

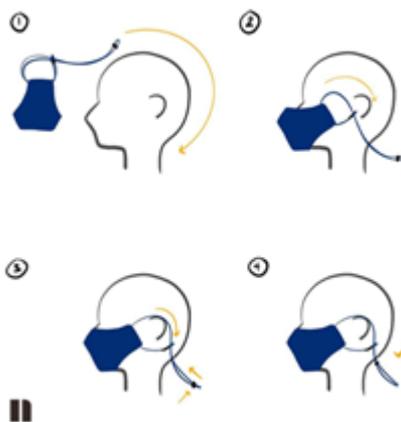


Gambar 9. Proses menambahkan adjuster pada masker
 Sumber: penulis, 2020

Berikut merupakan cara pemakaian masker model *Headloop* dan juga *Earloop*.



Gambar 10. Cara Pemakaian Masker Headloop
 Sumber: penulis, 2020

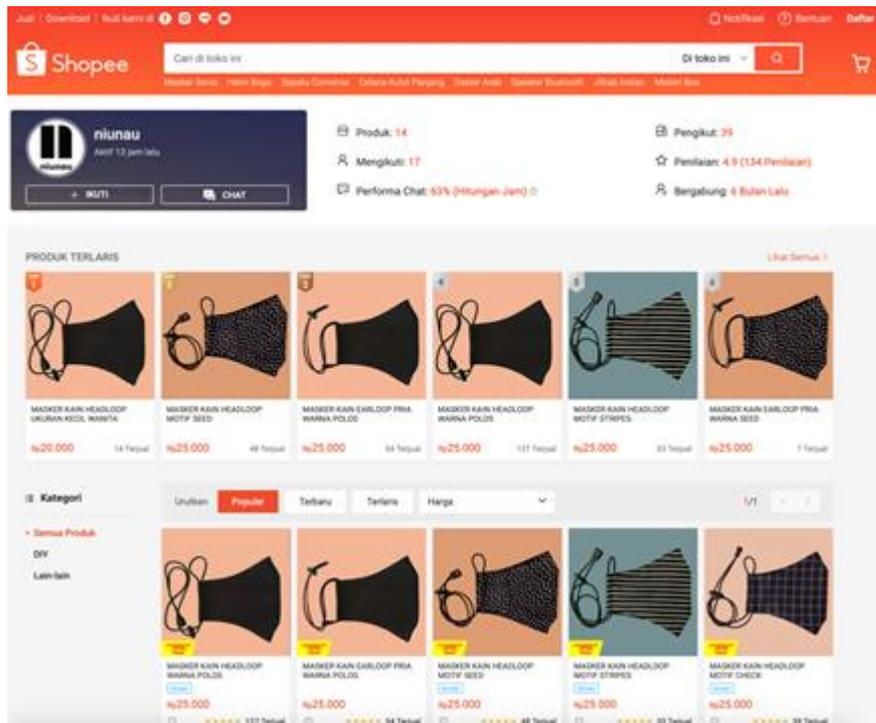


Gambar 11. Cara Pemakaian Masker Earloop
 Sumber: penulis, 2020

Tahapan/Langkah-Langkah Solusi Bidang Pemasaran

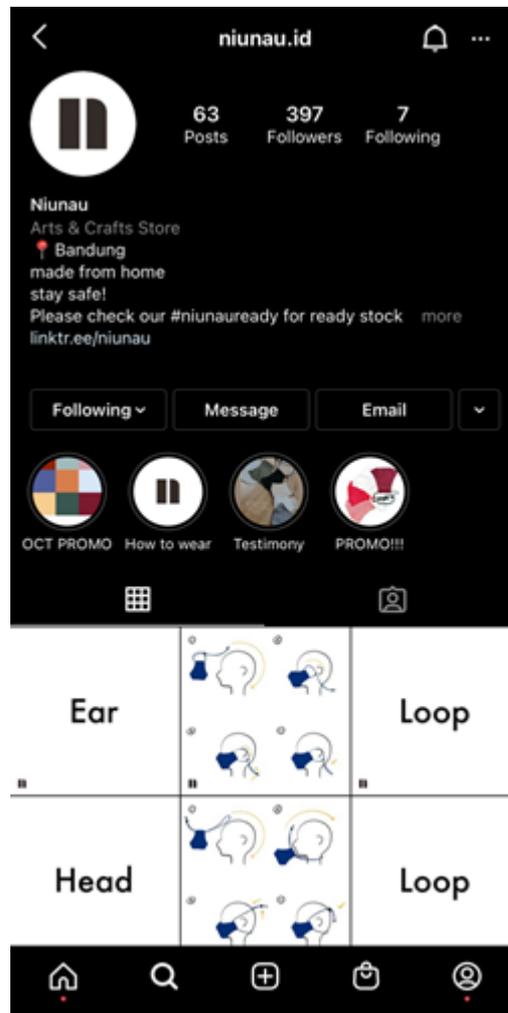
Bisnis perdagangan secara elektronik (*e-commerce*) meningkat tajam di masa pandemi covid-19. Perilaku masyarakat dalam berbelanja kini telah bergeser, dari berbelanja di toko secara fisik ke toko daring. Bahkan, masyarakat kini mulai tak ragu lagi berbelanja kebutuhan pokok di toko daring yang tersedia di marketplace.

Transaksi bisnis *e-commerce* awalnya adalah pilihan. Namun, dengan kondisi pandemi sekarang ini, mau tidak mau atau suka tidak suka, banyak perusahaan yang melebarkan sayap bisnisnya melalui *online* dan *e-commerce* untuk menjaga kelangsungan usaha. Sebagian besar pelaku bisnis melakukan perubahan dengan cepat, seperti mengalihkan jenis produk yang ditawarkan, meski tak sedikit juga yang berjuang untuk tetap melanjutkan bisnis sebelumnya. Meskipun pandemi Covid-19 belum bisa diprediksi kapan akan berakhir, namun kehidupan manusia telah mengalami banyak perubahan. Pola transaksi *online* sudah menjadi tren di masyarakat dan akan terus berlanjut hingga beberapa tahun mendatang. Melihat fenomena di atas, solusi terbaik untuk melakukan pemasaran PKM bisnis Niunau yaitu melalui platform *e-commerce* agar penjualannya tetap stabil walaupun terhambat pandemi.



Gambar 12. Pemasaran Masker melalui *e-commerce* shopee
 Sumber: penulis, 2020

Instagram dipilih sebagai strategi penjualan *online* karena memudahkan pembeli untuk melihat katalog masker yang tersedia, selain itu Instagram mudah di akses oleh semua orang dan terdapat fitur *advertisement* yang juga dapat memudahkan promosi penjualan. Namun demikian, meskipun dalam masa pandemi covid-19 para pelaku usaha sudah menerapkan strategi pemasaran melalui media sosial, tetapi perlu juga dicermati kemampuan daya beli masyarakat. Budiman (2018) dan Suhardi & Herlina (Suhardi & Herlina, 2010).



Gambar 13. Pemasaran Masker Melalui Media Sosial
 Sumber: penulis, 2020

Masker yang sudah selesai dibuat, kemudian dikemas menggunakan plastik dengan harga satuan Rp25.000,00. Penjualan reseller dikenakan dengan harga satu lusinnya Rp192.000,00 yang berarti harga satuan masker senilai Rp.16.000,00. Industri garmen rumahan milik mitra ini didaftarkan di toko penjualan online shopping, yaitu Shopee dan juga melalui Intagram dengan nama @niunau.id. Hasilnya didapatkan peningkatan pendapatan yang cukup signifikan. Masker ini terjual cukup banyak di pasaran dikarenakan bahannya yang tebal dan pembeli dapat memesan motif sesuai keinginannya. Pelatihan yang dilakukan oleh pembina dapat meminimalisasi kerugian akibat produksi yang belum terjual. Pembuatan masker dipilih karena efektif berdasarkan kebutuhan yang ada di pasar cukup tinggi akan kebutuhan masker. Selain itu, penjualan yang cepat dan harganya yang terjangkau membuat industri rumahan ini berkreasi dengan menambahkan model lekukan pada masker yang jual agar terlihat lebih menarik.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada masa pandemi covid 19 saat ini, masker menjadi salah satu kebutuhan pokok manusia untuk beraktivitas. Seiring dengan kondisi ini meningkat pula permintaannya, bukan hanya dari produsen masker kesehatan, tetapi juga dari masker kain.

Niunau, salah satu produksi rumahan masker di Bandung sebagai mitra, memerlukan ide-ide kreatif dalam memproduksi *reusable mask* untuk meningkatkan daya saing. Pengembangan inovasi baru pada produk, keterbatasan sumber daya manusia dan sistem pemasaran merupakan beberapa permasalahan yang perlu dipecahkan agar produksi tetap berjalan dan menghasilkan profit.

Tim PKM melalui kegiatan ini melakukan kajian teori, perencanaan konsep dan desain dari masker kain. Serta melakukan percobaan pembuatan produk *mock up* berdasarkan hasil *brainstorming* desain dengan tim. Hasilnya yaitu permasalahan masker yang paling sering dirasakan oleh pengguna pada umumnya adalah dimana saat masker terlalu lama dipakai, akan menimbulkan rasa sakit di bagian belakang telinga, dikarenakan model masker yang tidak bisa menyesuaikan ukuran muka pengguna walaupun menggunkan tali pengikat masker berbahan elastis.

Melalui riset ini, tim PKM memberikan rekomendasi kepada mitra untuk melakukan penyelesaian masalah melalui proses desain pada produk masker yang akan dibuat sesuai dengan perkembangan kebutuhan masyarakat yang memenuhi syarat protokol kesehatan. Konsep dan tema dapat diimplementasikan pada pemasaran produk agar terlihat unik dan menarik, begitu juga dengan pemilihan desain yang mementingkan kenyamanan pengguna yang dapat menjamin perlindungan kesehatan pengguna. Melalui kegiatan PKM ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing mitra dalam memproduksi masker berkualitas yang berestetika dan sesuai dengan fungsinya. Selain itu proses pemasaran digital sudah dilakukan dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Salah satu output kegiatan berupa video pembuatan juga menjadi media publikasi yang dapat bermanfaat bagi masyarakat luas serta mampu menjadi media promosi mengenai kegiatan-kegiatan di Universitas Tarumanagara dengan program pengabdian kepada masyarakat.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang membantu dalam pelaksanaan PKM ini, diantaranya Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara, Tim dosen, mahasiswa dan mitra kerjasama.

REFERENSI

Hendrawan, A., Suchyowati, H., Cahyandi, K., Indriyani, & Rayendra, A. (2019). Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantasari Cilacap. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarian*, 4(1), 53–60. <http://www.jurnal.stiks-tarakanita.ac.id/index.php/JAK/article/view/189/136>

Prabowo, W. A. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 101–112. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.101-112>

Putro, B. E., & Pratama, F, *Analisis Model Prediksi Kebangkrutan Industri Garmen dengan Menggunakan Metode Altman Z- Score*, Jurnal Media Teknik dan Sistem Industri, 2017

Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2009. *Nirmana: Elemen-elemen Seni dan Desain (edisi ke-2)*. Yogyakarta: Jalasutra.

Setyorini, D., Nurhayati, E., & Rosmita. (2019). Pengaruh Transaksi Online (e-Commerce) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 3(5), 501–509.

Tripayana, S., & Pramono, J. (2020). Kualitas Produk, Pelayanan, dan Loyalitas Pelanggan Dimana Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada UKM Start Up Pariwisata Kombuchi Brewing Co, Bali. *Jemap*, 2(2), 182. <https://doi.org/10.24167/jemap.v2i2.2266>

WANG, Y., & HE, Y, *Opinions on the corona virus disease 2019*, Chongqing Medicine, 2020

World Health Organization (2020) ‘Advice on the use of masks in the context of COVID-19’, WHO, (April), Hal 1–5.

World Health Organization (2020) ‘WHO updated guidance on the use of masks’, (30).

Lampiran 4. Publikasi Seminar dan Prosiding SERINA II 2021

Seri Seminar Nasional Universitas Tarumanagara Ke-II Tahun 2021 (SERINA UNTAR II 2021) berkolaborasi dengan Konsorsium Kesehatan LLDIKTI3, Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat dalam Bidang Kesehatan melalui Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat dan sub topik bidang kesehatan, yaitu: Tantangan dan Peluang Penanggulangan Penyakit Infeksi di Abad 21 Jakarta, 28-29 April 2021



JADWAL SESI PARALEL SERINA II UNTAR 2021 RUANG 7

Sesi Paralel : Sesi 2
Waktu : 14.45 – 16.15
Bidang Ilmu : Desain, Arsitektur
Moderator : Dr. Riana Sahrani, S.Psi., M.Si., Psikolog

No.	Waktu	ID Makalah	Nama Pemakalah	Judul Makalah	Institusi
1	14.45 - 14.55	031-PKM	<ul style="list-style-type: none"> Nina Carina Maria Veronica Mekar Sari 	Penyediaan Desain Sekat Belajar di SMk Triguna Jakarta Selatan untuk Program Laring New Normal	Universitas Tarumanagara
2	14.55 - 15.05	032-PKM	<ul style="list-style-type: none"> Hafidh Indrawan Fivanda Adi Ismanto 	Pemilihan Motif Kain Untuk Meningkatkan Produksi Masker Industri Rumahan Di Bandung	Universitas Tarumanagara
3	15.05 - 15.15	168-PKM	<ul style="list-style-type: none"> Augustina Ika Widyani Agus Danarto Arief Adityawan S. 	Perancangan Logo Sertifikasi Indonesian Sustainable Palm Oil Demi Sistem Produksi Kelapa Sawit Yang Ramah Lingkungan	Universitas Tarumanagara
4	15.15 - 15.25	171-PKM	<ul style="list-style-type: none"> Julius Andi Nugroho Abidin Muhammad Noor 	Kreasi Batik Ketje Dengan Media Pemutih Pakaian Untuk Anak Berkesulitan Belajar Sekolah Talenta Jakarta	Universitas Tarumanagara
5	15.25 - 15.35	184-PKM	<ul style="list-style-type: none"> Anny Valentina Ruby Chrissandy 	Pembinaan Tata Kelola Desain Majalah Sebagai Upaya Membangun Majalah Sebagai Media Komunikasi Sekolah	Universitas Tarumanagara
6	15.35 - 15.45	144-PENELITIAN	<ul style="list-style-type: none"> Asrullah Ahmad Winnie 	Analisis <i>Gim Among Us</i> Menggunakan Metode <i>Playcentric Approach</i>	Universitas Bunda Mulia Jakarta
7	15.45 - 15.55	193-PENELITIAN	<ul style="list-style-type: none"> Mariati Andreas Vanessa Verensian A'isy Apriliani Gunawan 	Seni Mural Berkonsep Warisan Budaya Indonesia-Hindia Belanda Sebagai Elemen Estetika <i>Home Office</i> Rumah8jkt	Universitas Tarumanagara

Lampiran 5. Sertifikat Pemakalah SERINA II 2021



UNTAR
Universitas Tarumanagara

Transkreditasi
SIPK PT

A

US
STARS
RATING SYSTEM

CPA
COUNCIL OF
PROFESSIONAL
ACCOUNTANTS

ICAFW
CHARTERED
ACCOUNTANTS

UNTAR untuk INDONESIA



SERTIFIKAT

sertifikat ini diberikan kepada

Hafidh Indrawan

sebagai

Pemakalah

dalam Seri Seminar Nasional Universitas Tarumanagara Ke-II
Tahun 2021 (Serina Untar II 2021)

**“Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat dalam Bidang Kesehatan
melalui Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat”**

Rabu-Kamis, 28-29 April 2021

Ketua LPPM
Universitas Tarumanagara



Ir. Jap Tji Beng, Ph.D.

Ketua Panitia
SERINA UNTAR II 2021



Ade Adhary S.H., M.H.



UNTAR
Universitas Tarumanagara

Transkreditasi
SIPK PT

A

US
STARS
RATING SYSTEM

CPA
COUNCIL OF
PROFESSIONAL
ACCOUNTANTS

ICAFW
CHARTERED
ACCOUNTANTS

UNTAR untuk INDONESIA



SERTIFIKAT

sertifikat ini diberikan kepada

Fivanda

sebagai

Pemakalah

dalam Seri Seminar Nasional Universitas Tarumanagara Ke-II
Tahun 2021 (Serina Untar II 2021)

**“Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat dalam Bidang Kesehatan
melalui Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat”**

Rabu-Kamis, 28-29 April 2021

Ketua LPPM
Universitas Tarumanagara



Ir. Jap Tji Beng, Ph.D.

Ketua Panitia
SERINA UNTAR II 2021



Ade Adhary S.H., M.H.

Lampiran 5A. Luaran Tambahan Karya Desain (HaKI)



Lampiran 5B. Luaran Tambahan Poster Karya Desain HaKI (dalam proses pengajuan).

UNTAR
FACULTY OF
VISUAL ART & DESIGN

entrepreneurship
professionalism
integrity
creativity **epic**

desain
Untar

**PEMILIHAN MOTIF KAIN UNTUK MENINGKATKAN PRODUKSI
MASKER INDUSTRI RUMAHAN DI BANDUNG**

NIUNAU MASKER MOTIF SEED

Seeds yang merupakan ide dasar dari bibit atau benih, mulai dari satu sampai kumpulan membentuk motif pola yang menarik

Menggunakan material berbahan dasar katun dengan pola yang didesain sehingga menghasilkan satu kesatuan warna

Praktis dan modis

Dapat digunakan bersama dengan masker kesehatan

Masker memiliki adjuster sebagai kelebihan

Adjuster dapat digunakan untuk model earloop dan headloop

Earloop

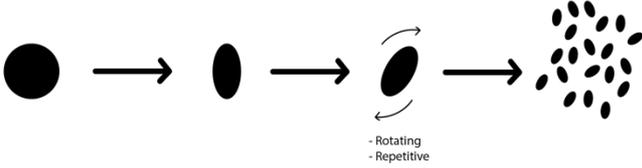
Headloop

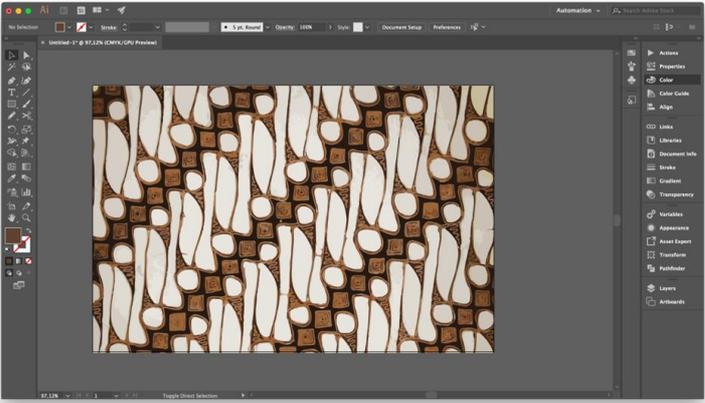
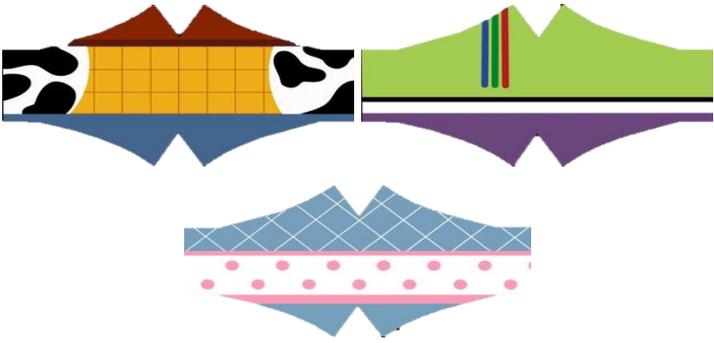
Drs. Hafidh Indrawan, M.Sn.
Adi Ismanto, S.Sn., M.T.
Fivanda, S.Ds., M.Ds.
Tim Mahasiswa: Canisha Chrystella

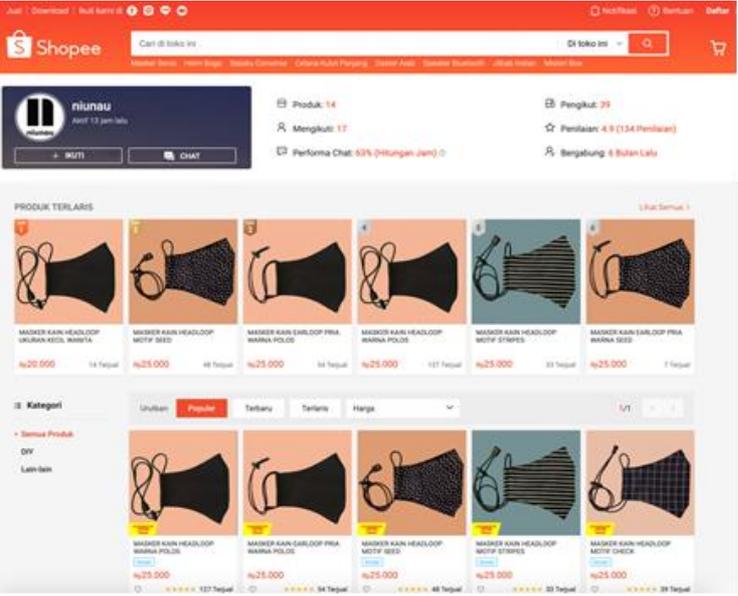
Lampiran 6.

LOG BOOK

PEMILIHAN MOTIF KAIN UNTUK MENINGKATKAN PRODUKSI MASKER INDUSTRI RUMAHAN DI BANDUNG

No	Hari/Tanggal	Pihak Yang Terkait	Deskripsi Kegiatan
1	12 Desember 2020	Tim Pelaksana, Mitra	Diskusi Tim pelaksana
2	19 Desember 2020	Tim Pelaksana	Diskusi topik kegiatan Abdimas Mulai menyusun proposal Abdimas
3	26 Desember 2020	Tim Pelaksana, Mitra	Melakukan pertemuan dengan Mitra Niunau Diskusi Awal (Brief tahapan kegiatan)
4	10 Januari 2021	Tim Pelaksana, Mitra	Pengumpulan Data dan Programming : Survey I
5	17 Januari 2021	Tim Pelaksana	Pengumpulan Data dan Programming: Identifikasi masalah
6	21 Januari 2021	Tim Pelaksana	Memasukan proposal kegiatan Abdimas
7	24 Januari 2021	Tim Pelaksana	Pengumpulan Data dan Programming: Studi Proses Produksi dan Studi Pola Masker
8	8 Februari 2021	Tim Pelaksana, Mitra	Design Brief (Studi Motif <i>Seed</i>) 

9	15 Februari 2021	Tim Pelaksana	<p>Design Brief, Studi dan brainstorming Tim</p> 
10	6 Februari 2021	Tim Pelaksana	<p>Sintesa & Desain : Studi Konsep dan Alternatif Sketsa Motif Masker</p> 
11	20 Februari 2021	Tim Pelaksana	<p>Sintesa & Desain : Studi Konsep dan Alternatif Sketsa Motif Masker</p>
12	5 Maret 2021	Tim Pelaksana	<p>Konsep Desain dan Gambar Desain</p>
13	12 Maret 2021	Tim Pelaksana, Pengguna dan Responden	<p>Pelaksanaan kegiatan dan dokumentasi produksi dan Pemasaran masker Niunau</p> 

			 
14	26 April 2021	Tim Pelaksana, Mitra	Finalisasi dan persiapan publikasi
15	28 April 2021	Tim Pelaksana	Kegiatan Publikasi Seminar Nasional (SERINA)

16	31 Mei 2021	Tim Pelaksana	Penyusunan Laporan kemajuan sebagai bahan Monev Abdimas
17	7 Juni 2021	Tim Pelaksana, LPPM	Penyusunan Laporan Penyusunan Laporan kemajuan sebagai bahan Monev Abdimas
18	10 Juni 2021	Tim Pelaksana, LPPM	Memasukan laporan Penyusunan Laporan kemajuan sebagai bahan Monev Abdimas

Lampiran 7. Sinopsis Lanjutan PKM

Program Pengabdian kepada Masyarakat dapat dilanjutkan melalui pengembangan motif masker dengan desain menggunakan material yang berbeda. Dapat juga dikembangkan bekerja samadengan industri kreatif lainnya yang merupakan produksi rumahan, seperti dengan material dan kelompok wanita merajut. Kemudian dapat dijadikan sebagai produk kreatif untuk dapat dipasarkan dengan nilai jual yang baik.

Selain itu, lanjutan pembuatan video PKM pembuatan masker juga dapat dikembangkan menjadi media publikasi FSRD Untar dalam mengembangkan produk kreatif. Proses pembuatan video dapat bekerja sama dengan disiplin ilmu Desain Komunikasi Visual untuk menghasilkan video pelatihan yang lebih menarik untuk dilihat.



**PERJANJIAN PELAKSANAAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PERIODE I TAHUN ANGGARAN 2021
NOMOR : 277-Int-KLPPM/UNTAR/III/2021**

Pada hari ini Kamis tanggal 04 bulan Maret tahun 2021 yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama : Ir. Jap Tji Beng, Ph.D
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Alamat : Jl. Letjen S. Parman No. 1 Jakarta Barat 11440
selanjutnya disebut **Pihak Pertama**
2. Nama : Drs. Hafidh Indrawan, M.Sn.
Jabatan : Dosen Tetap
Fakultas : Seni Rupa dan Desain
Alamat : Jl. Letjen S. Parman No. 1 Jakarta Barat 11440
Bertindak untuk diri sendiri dan atas nama anggota pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat:
 - a. Nama : Adi Ismanto, S.Sn., M.T
Jabatan : Dosen Tetap
 - b. Nama : Fivanda, S.Ds., M.Ds.
Jabatan : Dosen Tetapselanjutnya disebut **Pihak Kedua**

Pihak Pertama dan **Pihak Kedua** sepakat mengadakan Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat sebagai berikut:

Pasal 1

- (1). **Pihak Pertama** menugaskan **Pihak Kedua** untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat atas nama Universitas Tarumanagara dengan judul **"Pemilihan Motif Kain Untuk Meningkatkan Produksi Masker Industri Rumahan Di Bandung"**
- (2). Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilaksanakan berdasarkan perjanjian ini dan Perjanjian Luaran Tambahan PKM.
- (3). Perjanjian Luaran Tambahan PKM pembiayaannya diatur tersendiri.

Pasal 2

- (1). Biaya pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat sebagaimana dimaksud Pasal 1 di atas dibebankan kepada **Pihak Pertama** melalui anggaran Universitas Tarumanagara.
- (2). Besaran biaya pelaksanaan yang diberikan kepada **Pihak Kedua** sebesar Rp 8.500.000,- (Delapan juta lima ratus ribu rupiah), diberikan dalam 2 (dua) tahap masing-masing sebesar 50%.
- (3). Pencairan biaya pelaksanaan Tahap I akan diberikan setelah penandatanganan Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat.
- (4). Pencairan biaya pelaksanaan Tahap II akan diberikan setelah **Pihak Kedua** melaksanakan pengabdian kepada masyarakat, mengumpulkan

laporan akhir, *logbook*, laporan pertanggungjawaban keuangan dan luaran/draf luaran.

- (5). Rincian biaya pelaksanaan sebagaimana dimaksud dalam ayat (3) terlampir dalam Lampiran Rencana dan Rekapitulasi Penggunaan Biaya yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam perjanjian ini.

Pasal 3

- (1). Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat akan dilakukan oleh **Pihak Kedua** sesuai dengan proposal yang telah disetujui dan mendapatkan pembiayaan dari **Pihak Pertama**.
- (2). Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dalam Periode I, terhitung sejak Februari-Juni Tahun 2021

Pasal 4

- (1). **Pihak Pertama** mengadakan kegiatan monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh **Pihak Kedua**.
- (2). **Pihak Kedua** diwajibkan mengikuti kegiatan monitoring dan evaluasi sesuai dengan jadwal yang ditetapkan oleh **Pihak Pertama**.
- (3). Sebelum pelaksanaan monitoring dan evaluasi, **Pihak Kedua** wajib mengisi lembar monitoring dan evaluasi serta melampirkan laporan kemajuan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dan *logbook*.
- (4). Laporan Kemajuan disusun oleh **Pihak Kedua** sesuai dengan Panduan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah ditetapkan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.
- (5). Lembar monitoring dan evaluasi, laporan kemajuan dan *logbook* diserahkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat sesuai dengan batas waktu yang ditetapkan.

Pasal 5

- (1). **Pihak Kedua** wajib mengumpulkan Laporan Akhir, *Logbook*, Laporan Pertanggungjawaban Keuangan, dan luaran/draf luaran.
- (2). Laporan Akhir disusun oleh **Pihak Kedua** sesuai dengan Panduan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah ditetapkan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.
- (3). *Logbook* yang dikumpulkan memuat secara rinci tahapan kegiatan yang telah dilakukan oleh **Pihak Kedua** dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat
- (4). Laporan Pertanggungjawaban yang dikumpulkan **Pihak Kedua** memuat secara rinci penggunaan biaya pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat yang disertai dengan bukti-bukti.
- (5). Luaran Pengabdian Kepada Masyarakat yang dikumpulkan kepada **Pihak Kedua** berupa luaran wajib dan luaran tambahan.
- (6). **Luaran wajib** hasil Pengabdian Kepada Masyarakat berupa artikel ilmiah yang dipublikasikan di **Serina Untar, jurnal ber-ISSN atau prosiding nasional/internasional**.

- (7). Selain luaran wajib sebagaimana disebutkan pada ayat (6) di atas, **Pihak Kedua** wajib membuat poster untuk kegiatan *Research Week*.
- (8). Draft luaran wajib dibawa pada saat dilaksanakan Monitoring dan Evaluasi (*Monev*) PKM.
- (9). Batas waktu pengumpulan Laporan Akhir, *Logbook*, Laporan Pertanggungjawaban Keuangan, dan luaran adalah **Juni 2021**

Pasal 6

- (1). Apabila **Pihak Kedua** tidak mengumpulkan Laporan Akhir, *Logbook*, Laporan Pertanggungjawaban Keuangan, dan Luaran sesuai dengan batas akhir yang disepakati, maka **Pihak Pertama** akan memberikan sanksi.
- (2). Sanksi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) proposal pengabdian kepada masyarakat pada periode berikutnya tidak akan diproses untuk mendapatkan pendanaan pembiayaan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Pasal 7

- (1). Apabila terjadi perselisihan menyangkut pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, kedua belah pihak sepakat untuk menyelesaikannya secara musyawarah.
- (2). Dalam hal musyawarah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak tercapai, keputusan diserahkan kepada Pimpinan Universitas Tarumanagara.
- (3). Keputusan sebagaimana dimaksud dalam pasal ini bersifat final dan mengikat.

Demikian Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dibuat dengan sebenar-benarnya pada hari, tanggal dan bulan tersebut diatas dalam rangka 3 (tiga), yang masing-masing mempunyai kekuatan hukum yang sama.

Pihak Pertama


Ir. Jap Tji Beng, Ph.D.

Pihak Kedua


Drs. Hafidh Indrawan, M.Sn.

**RENCANA PENGGUNAAN BIAYA
(Rp)**

Rencana Penggunaan Biaya	Jumlah
Honorarium	Rp 0,-
Pelaksanaan Kegiatan	Rp 8.500.000,-

**REKAPITULASI RENCANA PENGGUNAAN BIAYA
(Rp)**

NO	POS ANGGARAN	TAHAP I (50 %)	TAHAP II (50 %)	JUMLAH
1	Honorarium	Rp 0,-	Rp 0,-	Rp 0,-
2	Pelaksanaan Kegiatan	Rp 4.250.000,-	Rp 4.250.000,-	Rp 8.500.000,-
	Jumlah	Rp 4.250.000,-	Rp 4.250.000,-	Rp 8.500.000,-

Jakarta, 5 Maret 2021
Pelaksana PKM



(Drs. Hafidh Indrawan, M.Sn.)

SURAT TUGAS

Nomor: 59-R/UNTAR/Pengabdian/VII/2021

Rektor Universitas Tarumanagara, dengan ini menugaskan kepada saudara:

1. HAFIDH INDRAWAN, Drs., M.Sn.
2. FIVANDA, S.Ds., M.Ds.
3. ADI ISMANTO, S.Sn., M.T.

Untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan data sebagai berikut:

Judul : Sebagai Pemakalah dalam Serina II Tahun 2021 - Pemilihan Motif Kain Untuk Meningkatkan Produksi Masker Industri Rumahan Di Bandung
Mitra : Niunau
Periode : I / 2021 / 28-29 April 2021
URL Repository :

Demikian Surat Tugas ini dibuat, untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan melaporkan hasil penugasan tersebut kepada Rektor Universitas Tarumanagara

01 Juli 2021

Rektor



Prof. Dr. Ir. AGUSTINUS PURNA IRAWAN

Print Security : 4281ddb38d4664486aa86147f57e01bf

Disclaimer: Surat ini dicetak dari Sistem Layanan Informasi Terpadu Universitas Tarumanagara dan dinyatakan sah secara hukum.