

**LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN MASYARAKAT**



**PERANCANGAN DESAIN KEMASAN
UKM SAMBAL LOVYKA KOTA YOGYAKARTA**

Anggota Tim Perancang:

Katrin Nur Nafi'ah Ismoyo, M. Pd.

Melani Oktavia Ma'ruf

Semester Genap 2024 / 2025

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA
YOGYAKARTA
2025**

**HALAMAN PENGESAHAN
PENGABDIAN MASYARAKAT**

Judul : Perancangan Desain Kemasan UKM Sambal Lovyka Kota Yogyakarta.

Tim Perancang:

Katrin Nur Nafi'ah Ismoyo, M. Pd. (Tenaga Pengajar STSRD VISI)

Melani Oktavia Ma'ruf (Mahasiswa STSRD VISI)

Lokasi Kegiatan/Mitra: Kota Yogyakarta

Kontrak SK : - .

Yogyakarta, 21 Agustus 2025

Mengetahui,

Ketua STSRD VISI

Ketua Pelaksana




Wahyu Tri Widadijo, M. Sn.
NIK. 98093052



Katrin Nur Nafi'ah Ismoyo, M. Pd.
NIDN. 0512029601

Menyetujui,

Ketua LPPM STSRD VISI




R. Hadapiningrani Kusumohendarto. M. Ds.
NIP. 16083120

BAB I

PENDAHULUAN

Yogyakarta selain dikenal sebagai kota budaya dan kota pelajar, juga merupakan wilayah yang memiliki dinamika perekonomian cukup tinggi. Salah satu sektor yang menjadi penopang perekonomian daerah adalah kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Banyak UMKM yang lahir dan berkembang di Kota Yogyakarta, terutama di bidang kuliner, karena makanan khas maupun olahan sambal menjadi bagian penting dari budaya masyarakat setempat.

Salah satu UMKM yang turut hadir di tengah geliat perekonomian kota ini adalah **UKM Sambal Lovyka**. UMKM ini berdiri sejak tahun 2020 dan dirintis oleh Ibu [nama pemilik, bisa diisi sesuai data], seorang pelaku usaha yang memiliki ketertarikan kuat pada dunia kuliner. Sambal Lovyka awalnya dibuat untuk kebutuhan keluarga dan kerabat, namun karena cita rasanya yang khas dan digemari, produk ini kemudian berkembang menjadi usaha rumahan dengan jangkauan pemasaran yang semakin luas.

UKM Sambal Lovyka berlokasi di Kota Yogyakarta dan fokus mengembangkan produk olahan sambal dengan cita rasa nusantara yang praktis, higienis, dan tetap menjaga rasa autentik sambal tradisional. Melalui produk ini, pemilik berharap dapat menghadirkan sambal sebagai pelengkap hidangan yang mudah dijangkau oleh masyarakat luas sekaligus membuka peluang ekonomi di lingkungannya.

Namun, dalam setiap proses pengembangan usaha tentu terdapat tantangan. Salah satu kendala yang dihadapi oleh UKM Sambal Lovyka adalah keterbatasan dalam aspek **desain kemasan**. Selama ini kemasan yang digunakan masih sederhana dan belum sepenuhnya mencerminkan identitas brand maupun kualitas produk yang ditawarkan. Padahal, di tengah persaingan produk kuliner yang semakin ketat, desain kemasan memiliki peranan penting sebagai daya tarik pertama bagi konsumen, sekaligus sarana komunikasi visual yang mampu meningkatkan nilai jual produk.

Melihat kebutuhan tersebut, tim Pengabdian kepada Masyarakat yang terdiri dari dosen dan mahasiswa STSRD Visi Indonesia melakukan program **“Perancangan Desain Kemasan UKM Sambal Lovyka Kota Yogyakarta”** pada tahun 2025. Program ini bertujuan untuk memberikan solusi kreatif dalam pengembangan identitas visual produk, khususnya melalui desain kemasan yang sesuai dengan target pasar dan karakteristik produk.

Diharapkan hasil perancangan ini dapat memberikan manfaat nyata bagi UKM mitra, tidak hanya meningkatkan kualitas tampilan produk, tetapi juga memperkuat daya saing di pasar lokal maupun nasional.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Perancangan desain kemasan merupakan salah satu aspek penting dalam ilmu Desain Komunikasi Visual. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah untuk melindungi produk, tetapi juga menjadi media komunikasi visual yang mampu menyampaikan identitas, kualitas, dan keunggulan produk kepada konsumen. Dalam konteks persaingan UMKM kuliner, kemasan memiliki peranan strategis untuk membangun citra merek (brand image) sekaligus menarik perhatian pasar. Sebuah desain kemasan harus memperhatikan beberapa hal mendasar agar dapat berfungsi optimal, antara lain:

- a) Kesesuaian dengan karakteristik produk yang dikemas.
- b) Kesesuaian dengan target pasar yang dituju.
- c) Keunikan visual yang membedakan dari kompetitor.
- d) Kelengkapan informasi produk yang jelas dan mudah dipahami.
- e) Aspek fungsional, seperti daya tahan bahan, kemudahan dibuka, serta keamanan produk.

Dalam memilih desain kemasan, segmen pasar menjadi faktor utama. Segmentasi konsumen membantu perancang menentukan gaya visual, tipografi, warna, hingga ilustrasi yang digunakan. Misalnya, untuk target pasar usia muda, desain kemasan dapat dibuat lebih modern, atraktif, dan penuh energi. Sebaliknya, untuk target pasar keluarga, desain bisa lebih sederhana, komunikatif, dan menonjolkan kepraktisan.

Selain itu, pemilihan bahan kemasan juga perlu diperhatikan. Bahan yang digunakan tidak hanya menyesuaikan kebutuhan fungsional, tetapi juga mempertimbangkan aspek keberlanjutan (sustainability). Tren konsumen saat ini semakin menuntut produk yang ramah lingkungan, sehingga pemilihan bahan kemasan dapat menjadi nilai tambah bagi produk.

Dalam bidang keilmuan DKV, perancangan kemasan melibatkan berbagai elemen visual seperti warna, ilustrasi, tipografi, hingga komposisi. Semua elemen ini harus dipadukan agar menghasilkan kemasan yang informatif sekaligus menarik secara estetika. Keberhasilan desain kemasan akan berpengaruh pada meningkatnya brand awareness dan keputusan pembelian konsumen.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini sangat relevan karena bertujuan membantu UKM Sambal Lovyka meningkatkan daya saing produknya melalui kemasan yang lebih profesional dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Target audience dari desain kemasan ini cukup luas, meliputi masyarakat dari berbagai usia, namun lebih dominan pada segmen usia produktif

20–40 tahun, baik pelajar, mahasiswa, pekerja, maupun ibu rumah tangga yang sering melakukan pembelian produk kuliner siap saji. Dengan demikian, desain kemasan diharapkan dapat menjadi media efektif untuk memperkuat citra brand sekaligus meningkatkan daya tarik produk di pasaran.

BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT

I. Tujuan

Dengan perancangan desain kemasan ini, diharapkan UKM Sambal Lovyka dapat memiliki identitas visual produk yang lebih kuat, menarik, serta konsisten dengan visi dan misi usaha. Tujuan utama dari perancangan desain kemasan ini adalah untuk meningkatkan daya tarik produk, memperkuat brand awareness, dan membantu UKM dalam bersaing di pasar kuliner yang semakin kompetitif. Selain itu, desain kemasan juga ditujukan untuk memberikan citra profesional dan higienis, sehingga menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk Sambal Lovyka.

II. Manfaat

1. Bagi UKM Sambal Lovyka

- Membangun identitas visual yang merepresentasikan karakter, cita rasa, dan keunggulan produk.
- Menyediakan kemasan yang menarik, fungsional, dan komunikatif sehingga dapat meningkatkan nilai jual dan memperluas jangkauan pasar.
- Membantu UMKM memiliki citra yang lebih modern, kompetitif, dan mudah dikenali oleh konsumen.

2. Bagi Penulis/Perancang

- Memberikan pengalaman praktis dalam menerapkan ilmu Desain Komunikasi Visual, khususnya dalam bidang perancangan kemasan.
- Menambah wawasan dan keterampilan dalam merancang desain kemasan sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik pasar.
- Melatih kemampuan riset, pengumpulan data, serta penerapan konsep desain yang tepat untuk produk UMKM kuliner.

3. Bagi Masyarakat

- Memberikan alternatif produk kuliner lokal dengan kemasan yang lebih menarik dan terpercaya.
- Meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap produk UMKM lokal sehingga mendorong perkembangan ekonomi daerah.
- Membuka peluang terciptanya lapangan pekerjaan baru seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap produk Sambal Lovyka.

BAB IV

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam beberapa tahapan sebagai berikut:

1. **Pengumpulan Data**

Tahap awal dilakukan dengan mengumpulkan data terkait UKM Sambal Lovyka. Data yang dihimpun meliputi identitas produk, karakteristik sambal, kebutuhan dan harapan pemilik usaha, hingga preferensi target konsumen. Selain itu juga dilakukan analisis pasar untuk mengetahui tren desain kemasan produk kuliner sejenis, agar hasil rancangan dapat bersaing di pasaran.

2. **Perancangan**

Setelah data terkumpul, tahap berikutnya adalah proses perancangan desain kemasan. Pada tahap ini dilakukan pengembangan konsep visual, pemilihan warna, tipografi, ilustrasi, serta elemen grafis yang sesuai dengan karakter UKM Sambal Lovyka. Desain dikembangkan dalam beberapa alternatif untuk kemudian disesuaikan dengan masukan dari pemilik usaha.

3. **Penyerahan Karya**

Setelah desain kemasan final disepakati, hasil karya diserahkan kepada pemilik UKM Sambal Lovyka. Proses penyerahan dilakukan dengan melibatkan dosen, mahasiswa, serta pemilik usaha, sehingga kemasan baru dapat langsung dimanfaatkan dalam kegiatan produksi dan pemasaran.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini, menghasilkan pengumpulan data sebagai berikut:

1. Data dan produk UKM Sambal Lovyka

- Nama pemilik UKM: Agnes Damayanti.
- Nama UKM: Sambal Lovyka.
- Produk UKM: Sambal teri kacang, sambal cabe hijau, sambal terasi, sambal tomat.
- Sejarah produk: Sebelum membuka usaha sambal, Bu Agnes biasanya menitipkan masakan ke pasar ngasem, lalu beliau terfikirkan untuk membuat sambal yang bisa dihidangkan dengan makanan lain, beliau memperkenalkan produk sambalnya lewat teman terdekat terlebih dahulu lalu selanjutnya lewat media sosial (WhatsApp).
- Hal yang ingin dikenalkan / Keunikan produk: Keunikan produk ini terdapat pada rasanya, yakni mencoba mencampurkan rasa manis dan pedas menjadi satu.
- Akun media sosial:
 - Whats App.
- Varian produk:
 - Sambal teri kacang.
 - Sambal cabe hijau.
 - Sambal terasi.
 - Sambal tomat.
- Sistem pembayaran: Cash, Trnsfer Bank, COD.
- Usaha mengatasi persaingan:
 - Menjaga kualitas produk.
 - Selalu memberikan produk baru, bukan stok lama yang dijual.

2. Bahan produksi:

- Bahan utama:
 - Cabai

- Bahan tambahan:
 - Teri.
 - Kacang.
 - Terasi.
 - Tomat.

3. Target audience:

- Demografis: Usia 20-40 tahun.
- Geografis: Tempat penitipan oleh-oleh, wisatawan yang ingin membeli oleh-oleh.
- Psikografis: Masyarakat yang senantiasa tetap menyukai kuliner UKM sambal.

4. Media iklan yang pernah dipakai:

- Whats App.

5. Analisis S.W.O.T:

Internal:

- Positif (Strengths / Kekuatan):

1. Memiliki keunikan rasa manis dan pedas menjadi satu.
2. Penggunaan bahan alami.
3. Punya berbagai varian rasa.

- Negatif (Weaknesses / Kelemahan):

1. Tidak menggunakan bahan pengawet dan harus cepat di masukan ke freezer.
2. Belum punya izin BPOM atau sertifikasi halal.
3. Produksi masih terbatas dan manual.

Eksternal:

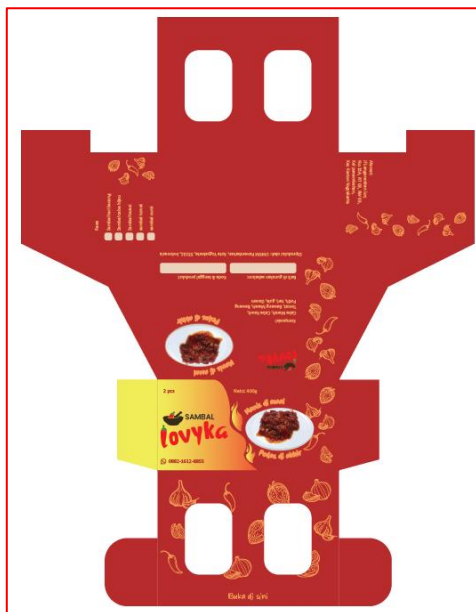
- Positif (Opportunities / Peluang):

1. Meningkatnya tren makanan pedas..
2. Kecenderungan memilih makanan siap saji.
3. Konsumen suka produk local.

- Negative (Threats / Ancaman):

1. Persaingan ketat dengan banyak brand lain.
2. Harga bahan baku tidak stabil.
3. Kebutuhan legalitas dan kepercayaan konsumen yang makin tinggi.

6. Hasil desain kemasan UKM Sambal Lovyka:



7. Dokumentasi:



BAB VI PENUTUP

I. Rencana Tahapan Berikutnya

Perancangan desain kemasan yang telah dibuat mendapatkan tanggapan positif dari pihak UKM Sambal Lovyka. Hasil perancangan ini diharapkan tidak hanya memberikan manfaat bagi pelaksana pengabdian, tetapi juga menjadi sumbangsih nyata yang dapat digunakan oleh UKM mitra. Desain kemasan yang telah dirancang dapat dijadikan sebagai acuan awal dalam pengembangan visual brand Sambal Lovyka di masa mendatang. Dengan adanya dasar perancangan ini, diharapkan proses pembaruan atau pengembangan desain berikutnya dapat lebih mudah dilakukan, terutama dengan adanya dokumentasi analisis dan data yang sudah tersedia dari UKM Sambal Lovyka.

II. Kesimpulan

UKM Sambal Lovyka dengan visi dan misinya untuk menghadirkan produk sambal praktis dan berkualitas, membutuhkan dukungan dari aspek visual berupa kemasan yang menarik dan komunikatif. Oleh karena itu, perancangan desain kemasan menjadi langkah strategis dalam membantu meningkatkan daya saing produk, memperkuat brand awareness, serta memberikan citra profesional pada usaha ini.

III. Saran

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara di lapangan, ditemukan bahwa salah satu tantangan utama yang dihadapi UKM Sambal Lovyka adalah keterbatasan pengetahuan serta sumber daya dalam bidang desain dan branding. Oleh sebab itu, diperlukan adanya pendampingan berkelanjutan maupun kolaborasi dengan pihak yang memiliki kompetensi di bidang desain komunikasi visual, sehingga desain kemasan yang telah dibuat dapat terus dikembangkan dan disesuaikan dengan perkembangan tren serta kebutuhan pasar di masa depan.

LAMPIRAN

**KEPUTUSAN KETUA
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA
NOMOR: 029/STSRD VISI, K2/III/2025**

**TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PELAKSANA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2024/2025**

KETUA SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA:

- Menimbang : 1. Bahwa untuk meningkatkan kualitas keilmuan dan memenuhi aspek tri dharma Perguruan Tinggi, dosen wajib melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat;
2. Untuk kelancaran dan terselenggaranya tugas pengabdian kepada masyarakat di lingkungan Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia, maka dipandang perlu penetapan bagi kegiatan pengabdian kepada masyarakat;
- Mengingat : 1. Undang-Undang RI No. 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
3. Undang-Undang RI No. 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
4. Undang-Undang RI No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
5. Peraturan Pemerintah RI No. 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
6. Peraturan Pemerintah No. 37 Tahun 2009 tentang Dosen;
7. Peraturan Pemerintah No. 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan;
8. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi No. 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
9. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi No. 62 Tahun 2016 tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;
10. Keputusan Menteri Riset dan Teknologi RI No. 25/M/Kp/III/2013 tentang Pedoman Penyusunan Kode Etik Pelaku Penelitian;
- Memperhatikan: 1. Rencana Strategis Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia Tahun 2019-2024;
2. Rencana Strategis Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia Tahun 2019-2024;
3. *Roadmap* Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia Tahun 2019-2024;
4. Surat Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia No. 002/STSRD VISI.K1/I/2021;

MEMUTUSKAN

Menetapkan

Pertama : Mengangkat dosen berikut,

Nama : **Katrin Nur Nafi'ah Ismoyo, M.Pd**
NIDN : **0512029601**
Jabatan Fungsional : **Tenaga Pengajar**

Sebagai dosen pelaksana pengabdian kepada masyarakat pada program Studi Desain Komunikasi Visual Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia Semester Genap Tahun Akademik 2024/2025 dengan judul:

"Perancangan Desain Kemasan UKM Sambal Lovyka Kota Yogyakarta"

Kedua : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini, seluruh aspek kegiatan akan ditinjau kembali dan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ketiga : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan sampai dengan tanggal 15 September 2025.

Ditetapkan di Yogyakarta
Pada tanggal 15 Maret 2025
Ketua STSRD VISI,



Wahyu Tri Widadijo, S.S, M.Sn
NIDN. 0526047001

Tembusan:

1. Wakil Ketua Bidang I, II, dan III
2. Kepala LPPM



**KONTRAK PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT DANA MANDIRI
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA
TAHUN AKADEMIK 2024 / 2025 - GENAP**

No. 030/STSRD VISI.K6/III/2025

Pada hari ini **Sabtu** tanggal **Lima Belas** bulan **Maret** tahun **Dua ribu dua puluh lima**, kami yang bertanda tangan di bawah ini:

- 1) **R. Hadapiningrani K., M.Ds :** dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia, yang selanjutnya dalam Surat Perjanjian ini disebut sebagai **Pihak Pertama**.
- 2) **Katrin Nur Nafi'ah Ismoyo, M.Pd :** dalam hal ini bertindak selaku Pelaksana untuk dan atas nama Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia, yang selanjutnya dalam Surat Perjanjian ini disebut sebagai **Pihak Kedua**.

Pihak Pertama dan **Pihak Kedua** secara bersama-sama bersepakat untuk mengikatkan diri dalam Kontrak Pengabdian kepada Masyarakat berdasarkan **Surat Keputusan Ketua Sekolah Tinggi Seni Rupa Dan Desain Visi Indonesia Nomor: 029/STSRD VISI, K2/III/2025** tentang Pengangkatan Dosen Pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat Program Studi Desain Komunikasi Visual **Semester Genap Tahun Akademik 2024/2025** dengan ketentuan dan syarat-syarat yang diatur sebagai berikut:

Pasal 1

1. **Pihak Pertama** dalam jabatan diatas memberi tugas kepada **Pihak Kedua** untuk melaksanakan tugas Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul :
"Perancangan Desain Kemasan UKM Sambal Lovyka Kota Yogyakarta"
2. **Pihak Kedua** bertanggung jawab penuh atas pelaksanaan dan administrasi atas Pengabdian kepada Masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

Pasal 2

1. Jenis waktu pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah kegiatan non-insidental sampai dengan durasi antara **satu semester**
2. Lokasi pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat adalah di : **Kota Yogyakarta**
3. Biaya pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat dibebankan kepada **Pihak Kedua**.

4. Apabila terdapat perubahan terhadap susunan tim pelaksana dan/atau substansi kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat, maka **Pihak Kedua** mengajukan permohonan tertulis disertai dengan alasan kepada **Pihak Pertama** dan **Pihak Pertama** memberikan persetujuan tertulis.

Pasal 3

1. **Pihak Kedua** berkewajiban untuk mencapai target luaran wajib Pengabdian kepada Masyarakat berupa (target luaran wajib yang dijanjikan dalam proposal).
2. **Pihak Kedua** diharapkan dapat mencapai target luaran tambahan Pengabdian kepada Masyarakat berupa (target luaran tambahan yang dijanjikan dalam proposal).
3. **Pihak Kedua** berkewajiban untuk melaporkan perkembangan pencapaian target luaran dan laporan kemajuan pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat kepada **Pihak Pertama**.

Pasal 4

1. **Pihak Pertama** berhak:
 - a) Melaksanakan pengawasan, monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan pengabdian.
 - b) Memberi sanksi jika dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat terjadi pelanggaran.
 - c) Bentuk sanksi disesuaikan dengan tindak pelanggaran yang dilakukan.
2. Format laporan kemajuan dan teknis pelaksanaannya diatur **Pihak Pertama** sesuai dengan petunjuk Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (DRPM) Ristekdikti dan Panduan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat.

Pasal 5

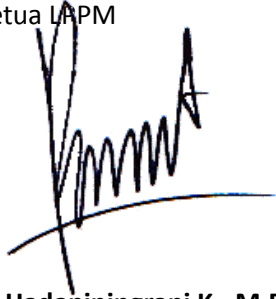
1. **Para Pihak** dibebaskan dari tanggung jawab atas keterlambatan atau kegagalan dalam memenuhi kewajiban yang dimaksud dalam Kontrak Pengabdian kegiatan Masyarakat ini disebabkan atau diakibatkan oleh peristiwa atau kejadian diluar kekuasaan **Para Pihak** yang dapat digolongkan sebagai keadaan memaksa (*force majeure*).
2. Peristiwa atau kejadian yang dapat digolongkan keadaan memaksa (*force majeure*) dalam Kontrak Pengabdian ini adalah bencana alam, wabah penyakit, kebakaran, perang, blokade, peledakan, sabotase, revolusi, pembrontakan, huru hara, serta adanya tindakan pemerintah dalam bidang ekonomi dan moneter yang secara nyata berpengaruh terhadap pelaksanaan Kontrak Pengabdian ini.
3. Apabila terjadi keadaan memaksa (*force majeure*) maka pihak yang mengalami wajib memberitahukan kepada pihak lainnya secara tertulis, selambat-lambatnya dalam waktu 7 (tujuh) hari kerja sejak terjadinya keadaan memaksa (*force majeure*), disertai dengan bukti-bukti yang sah dari pihak yang berwajib, dan **Para Pihak** dengan itikad baik akan segera membicarakan penyelesaiannya.
4. Apabila terjadi perselisihan antara **Pihak Pertama** dan **Pihak Kedua** dalam pelaksanaan Kontrak Pengabdian ini akan dilakukan penyelesaian secara musyawarah dan mufakat dan apabila tidak tercapai penyelesaian secara musyawarah dan mufakat maka penyelesaian dilakukan melalui proses Hukum yang berlaku dengan memilih domisili Hukum di Pengadilan Negeri Yogyakarta.
5. Hal-hal yang belum diatur dalam Kontrak Pengabdian ini diatur kemudian oleh kedua belah pihak.

Pasal 6

1. Perjanjian ini berlaku sejak ditandatangani dan disetujui **Pihak Pertama** dan **Pihak Kedua**.
2. Kontrak Pengabdian kepada Masyarakat ini dibuat rangkap 3 (tiga), dan bermaterai cukup sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta, 15 Maret 2025

Ketua LPPM



R. Hadapiningrani K., M.Ds

NIK. 16083120

Ketua Pelaksana

Pengabdian kepada Masyarakat



Katrin Nur Nafi'ah Ismoyo, M.Pd

NIDN. 0512029601

SURAT TUGAS

No. 031/STSRD VISI.K8/VII/2025

Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia (LPPM STSRD VISI), dengan ini memberikan tugas kepada:

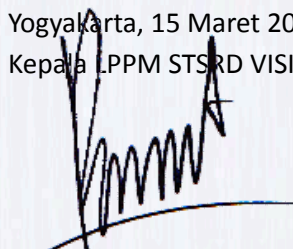
No	NAMA	NIDN/NIM	JABATAN
1	Katrin Nur Nafi'ah Ismoyo, M. Pd.	0519126602	Ketua
2	Melani Oktavia Ma'ruf	11231039	Anggota

Untuk melaksanakan tugas pengabdian kepada masyarakat dengan keterangan sebagai berikut:

Judul	: "Perancangan Desain Kemasan UKM Sambal Lovyka Kota Yogyakarta"
Tempat	: Kota Yogyakarta
Waktu	: 15 Maret 2025
Luaran Wajib	: Laporan pengabdian masyarakat
Luaran Tambahan	: -
Biaya	: Rp. 2.000.000,-
Sumber Dana	: Mandiri
Dasar Penugasan	: Pengangkatan Dosen Pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat Program Studi Desain Komunikasi Visual – Semester Genap Tahun Akademik 2024/2025 : 1. Keputusan Ketua STSRD VISI : No.029/STSRD VISI, K2/III/2025 2. Kontrak PKM Dana Mandiri : No. 030/STSRD VISI.K6/III/2025

Demikian Surat Tugas ini diberikan untuk dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab dan digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 15 Maret 2025
Kepala LPPM STSRD VISI


R. Hadapiningrani K., M.Ds
NIK. 16083120