

Pelatihan Pembuatan Kemasan Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Umkm di Desa Margamulya, Pasirjambu-Ciwidey

Vany Octaviany*¹, Tito Raharjo², Filipi Revaldi Lumban Tobing³, Farida Yustitia Sastha⁴

^{1,2,3,4}Program Studi D3 Perhotelan, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom, Indonesia

*e-mail: vany@tass.telkomuniversity.ac.id¹

Abstrak

Tingginya potensi dan nilai ekonomi produk UMKM yang dihasilkan oleh masyarakat Desa Margamulya, belum diiringi dengan tingkat kemenarikan kemasan produk UMKM tersebut. Padahal kemasan memiliki peran yang sangat penting bagi usaha UMKM dalam beberapa aspek. Kemasan produk yang tidak menarik dapat merugikan pemasaran suatu produk. Kemasan yang tidak menarik cenderung gagal menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu, dibutuhkan kegiatan pelatihan pembuatan kemasan untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM di Desa Margamulya yang memiliki tujuan untuk meningkatkan pengetahuan tentang kemasan produk yang baik, kreatif, dan inovatif. Kegiatan ini juga memberikan bekal keterampilan bagi pelaku UMKM dalam pembuatan kemasan produk makanan dan minuman yang mereka jual. Kemasan produk yang menarik memiliki dampak yang signifikan terhadap strategi pemasaran suatu produk. Kemasan yang menarik dapat menciptakan daya tarik visual yang kuat. Hasil kegiatan pelatihan menunjukkan 93,3% peserta mengalami peningkatan pengetahuan tentang kemasan produk. Peserta juga mendapatkan keterampilan dalam pembuatan logo dan desain kemasan yang menarik dan inovatif. Selain itu, peserta selaku pelaku UMKM mendapatkan hasil kemasan baru yang lebih menarik untuk produk yang mereka jual.

Kata kunci: kemasan produk, makanan dan minuman, pemasaran, UMKM

Abstract

The high potential and economic value of MSME products produced by the people of Margamulya Village has not been accompanied by the level of attractiveness of the MSME product packaging. Even though packaging has a very important role for MSME businesses in several aspects. Unattractive product packaging can be detrimental to the marketing of a product. Unattractive packaging tends to fail to attract consumers' attention. Therefore, packaging making training activities are needed to improve the marketing of MSME products in Margamulya Village with the aim of increasing knowledge about good, creative and innovative product packaging. This activity also provides skills for MSMEs in making packaging for the food and beverage products they sell. Attractive product packaging has a significant impact on a product's marketing strategy. Attractive packaging can create a strong visual appeal. The results of the training activities showed that 93.3% of participants experienced increased knowledge about product packaging. Participants also gain skills in creating attractive and innovative logos and packaging designs. Apart from that, participants as MSMEs get new, more attractive packaging for the products they sell.

Keywords: food and drink, marketing, MSMEs, product packaging

1. PENDAHULUAN

Kemasan produk merupakan elemen kritis dalam dunia pemasaran modern, memainkan peran yang tidak terhitung dalam membentuk citra merek dan memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kemasan produk memiliki kegunaan yang paling penting, yaitu sebagai protektor isi produk dari kerusakan dan faktor lingkungan selama proses distribusi dan penyimpanan. Sebagai tameng pertama produk, kemasan harus memberikan perlindungan optimal terhadap guncangan, kelembaban, dan bahaya lainnya yang dapat merugikan kualitas produk. Dengan desain yang tepat, kemasan dapat menciptakan pengalaman konsumen yang aman dan memuaskan, membangun kepercayaan dalam benak pelanggan terhadap kualitas dan integritas produk. [1]. Selain aspek proteksi, kemasan juga dapat memberikan informasi seperti informasi produk, petunjuk penggunaan, dan tanggal kedaluwarsa, menjadi kunci dalam membantu konsumen membuat keputusan pembelian yang cerdas. Selain itu, kemasan dapat memperkuat identitas merek dengan desain yang konsisten, warna yang mencolok, dan elemen desain lainnya yang mencerminkan nilai dan karakter merek. Keberhasilan merek sering kali

terkait erat dengan daya kenang visual kemasan, yang dapat membangun loyalitas konsumen jangka panjang [2].

Dalam persaingan sengit di pasaran, kemasan juga berperan sebagai alat pemasaran yang kuat. Kemasan produk yang memiliki keunggulan dalam bentuk, warna, logo, gambar mampu menarik minat pembeli. Kemampuan kemasan untuk menciptakan kesan pertama yang positif sangat penting dalam meraih pangsa pasar yang signifikan. Di samping itu, kemasan juga harus memperhitungkan keberlanjutan lingkungan. Dengan meningkatnya kesadaran akan isu lingkungan, kemasan ramah lingkungan menjadi semakin penting dalam membentuk citra perusahaan dan memenuhi tuntutan konsumen yang peduli lingkungan. [3]. Aspek visual dan sentuhan pada kemasan dapat mempengaruhi persepsi konsumen dan keputusan pembelian secara signifikan. Kemasan produk berpengaruh signifikan terhadap efektivitas pemasaran produk dengan mempengaruhi perilaku dan persepsi konsumen. Bisnis dapat memanfaatkan strategi pengemasan yang efektif untuk meningkatkan visibilitas merek, mengkomunikasikan atribut produk, dan pada akhirnya mendorong penjualan. Dengan memahami peran kemasan dalam pemasaran, bisnis dapat mengoptimalkan aspek bauran pemasaran mereka untuk mendapatkan keunggulan kompetitif di pasar. [4]

Kemasan produk memiliki peran krusial dalam persaingan pasar yang semakin ketat, karena mampu mencerminkan isi produk yang dikemas dan sekaligus menjadi nilai jual dan citra produk. [5]. Penelitian yang dilakukan oleh Sigi Prameswari et al., (2018) menyebutkan bahwa kemasan produk mampu meningkatkan nilai jual dengan menampilkan visual berupa warna, logo, bentuk, atribut dan lain sebagainya yang menarik dari sebuah produk, mampu menggambarkan identitas produk sesuai dengan kategorinya. Peningkatan penjualan produk dengan mempengaruhi emosional pelanggan menjadi tujuan utama dari sebuah desain kemasan produk. [6]. Kemasan yang menarik dapat memikat perhatian pelanggan potensial. Desain yang estetis dan menarik dapat membuat produk lebih menonjol di antara berbagai pilihan yang ada. Kemasan adalah cara yang baik untuk memberikan informasi penting tentang produk kepada pelanggan. Ini mencakup informasi seperti komposisi, instruksi penggunaan, tanggal kedaluwarsa, label gizi (jika berlaku), dan informasi lain yang dapat membantu pelanggan membuat keputusan pembelian yang lebih informasinya. Kemasan juga dapat dirancang untuk meningkatkan kenyamanan penggunaan produk. Misalnya, kemasan yang mudah dibuka atau resealable dapat membuat penggunaan produk lebih nyaman dan menjaga kesegaran. Kemasan yang dirancang dengan baik juga dapat membantu dalam penghematan biaya dan efisiensi. Kemasan yang efisien dapat mengurangi biaya bahan baku dan biaya pengiriman karena ukuran dan bentuk kemasan yang lebih kompak. Kemasan dapat digunakan untuk mengkomunikasikan nilai-nilai produk, seperti keberlanjutan, bahan baku organik, atau dukungan terhadap komunitas lokal. Ini dapat menarik konsumen yang memiliki preferensi khusus terhadap produk dengan nilai-nilai tertentu. [7]. Desain kemasan produk yang menarik berfungsi sebagai alat promosi yang efektif, yaitu dengan mencantumkan tawaran khusus, kode diskon, atau informasi tentang program loyalitas langsung pada kemasan. Kemasan juga harus mematuhi peraturan dan regulasi yang berlaku untuk produk. Ini termasuk label peringatan kesehatan, petunjuk penggunaan, informasi gizi, dan segala persyaratan lain yang mungkin diberlakukan oleh badan regulasi. Dengan memahami peran-peran ini, UMKM dapat merancang kemasan yang efektif untuk produk mereka. Penting untuk mencari keseimbangan antara estetika, fungsi, dan kepatuhan regulasi dalam mendesain kemasan produk. [8]

Desa Margamulya adalah desa di Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat dengan luas 1.294,14 Ha ini memiliki jumlah masyarakat berjenis kelamin laki-laki sebanyak 9.160 jiwa dan 8.893 berjenis kelamin perempuan, dengan total keseluruhan penduduk sebesar 18.053 jiwa. Desa ini memiliki topografi wilayah lereng atau punggung bukit dan berada pada ketinggian 1.415,80 mdpl. Mayoritas sumber mata pencaharian warga Desa Margamulya merupakan pertanian. Selain itu, jika melihat kualitas SDM berdasarkan pendidikan, sebagian besar warga merupakan tamatan SD sederajat yaitu sebanyak 6.113 penduduk dari total 15.502 penduduk yang menempuh pendidikan. Letak geografis Desa Margamulya termasuk ke dalam pegunungan dengan hamparan perkebunan teh yang luas, dapat dijadikan sebagai potensi wisata alam dipadukan dengan kebudayaan masyarakat mampu

menarik wisatawan untuk berkunjung. Salah satu potensi wisata adalah Perkebunan Teh Kertamanah, Situ Ciberecek, dan Curug Penganten. Daya tarik hasil bumi Desa Margamulya adalah olahan biji kopi yang sudah dominan di daerah tersebut. Masyarakat Desa Margamulya mayoritas memiliki mata pencaharian sebagai petani. Hasil utama pertanian masyarakat desa adalah kopi dan teh. Selain pertanian, penduduk juga mengandalkan peternakan. Di bidang peternakan, masyarakat dapat memproduksi susu kambing etawa segar dari hasil peternakan kambing etawa yang ada.

Tingginya potensi dan nilai ekonomi produk UMKM yang dihasilkan oleh masyarakat Desa Margamulya, belum diiringi dengan tingkat kemenarikan kemasan produk UMKM tersebut. Padahal kemasan memiliki peran yang sangat penting bagi usaha UMKM dalam beberapa aspek. Peran penting kemasan bagi usaha UMKM yaitu sebagai perlindungan produk. Dimana kemasan melindungi produk dari kerusakan fisik, kontaminasi, kelembaban, dan faktor lingkungan lainnya, sehingga konsumen menerima produk dengan kondisi yang baik. Yang kedua sebagai *branding* dan identitas. Kemasan adalah wajah produk, desain kemasan yang menarik dan sesuai dengan identitas merek dapat membantu membedakan produk dari persaingan. Desain yang kuat dapat membantu mengkomunikasikan nilai-nilai merek dan membangun kesan yang positif di benak pelanggan [8].



Gambar 0. Kemasan UMKM Margamulya

Gambar 1 menunjukkan kemasan produk yang ada di Desa Margamulya. Kemasan produk yang ada di Desa Margamulya tersebut terlihat kurang menarik. Kemasan produk yang tidak menarik dapat merugikan pemasaran suatu produk. Kemasan yang tidak menarik cenderung gagal menarik perhatian konsumen. Dalam persaingan di pasar, produk dengan kemasan yang kurang menarik akan terabaikan oleh konsumen yang lebih tertarik pada produk yang dikemas dengan desain yang lebih menarik dan inovatif. Dengan demikian, kemasan yang kurang menarik dapat menjadi penghalang signifikan dalam menciptakan kesan pertama yang positif dan mendorong konsumen untuk memilih produk. Selain itu, kemasan yang tidak menarik juga dapat merusak citra merek secara keseluruhan. Desain kemasan yang buruk atau tidak sesuai dengan nilai dan identitas merek dapat memberikan kesan bahwa produk tersebut kurang berkualitas atau kurang diperhatikan oleh produsen. Citra merek yang terkait dengan kemasan yang tidak menarik dapat berdampak negatif terhadap persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan keandalan merek secara keseluruhan. [9]. Uraian pada latar belakang di atas menunjukkan pentingnya dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat Desa Margamulya, dengan membekali masyarakat keterampilan membuat kemasan produk kopi dan teh, basreng, serta susu kambing etawa, dengan harapan produk UMKM Desa Margamulya memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Kegiatan pelatihan pembuatan kemasan untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM di Desa Margamulya ini

memiliki tujuan untuk meningkatkan pengetahuan tentang kemasan produk yang baik, kreatif, dan inovatif. Kegiatan ini juga memberikan bekal keterampilan bagi pelaku UMKM dalam pembuatan kemasan produk makanan dan minuman yang mereka jual. Kemasan produk yang menarik memiliki dampak yang signifikan terhadap strategi pemasaran suatu produk. Kemasan yang menarik dapat menciptakan daya tarik visual yang kuat. Dalam lingkungan yang penuh dengan berbagai pilihan produk, desain kemasan yang mencolok dan inovatif dapat menarik perhatian konsumen dan membedakan produk dari pesaingnya. Kemampuan untuk menciptakan kesan pertama yang positif dapat menjadi keunggulan kompetitif yang memberikan dorongan penting dalam proses pembelian impulsif dan membantu mencapai target penjualan produk UMKM di Desa Margamulya. Oleh karena itu, manfaat dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pendapatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat khususnya bagi pelaku UMKM di Desa Margamulya.

2. METODE

Metode pengabdian kepada masyarakat yang dijalankan yaitu berupa pelatihan dengan pemaparan materi yang diberikan bagi para pelaku UMKM di Desa Margamulya di Kabupaten Bandung. Pelatihan ini diadakan selama 1 hari pada tanggal 21 September 2023. Waktu pelatihan dimulai dari pukul 08.30 wib – 17.00 wib. Pelatihan bertempat di Kantor Kepala Desa Margamulya Jl. Raya Pangalengan No.327, Ciwidey, dengan jumlah peserta sebanyak 30 orang. Adapun metode pelatihan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Persiapan Kegiatan

Tim pengabdian kepada masyarakat melakukan survey ke lokasi terlebih dahulu, mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan yang terjadi di lokasi melalui wawancara kepada pelaku UMKM.

b. Kegiatan

Kegiatan pelatihan pembuatan kemasan produk UMKM di Desa Margamulya memiliki susunan acara (*rundown*) yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Kegiatan Pelatihan Pembuatan Kemasan Produk UMKM

No	Tanggal & Waktu	Materi	Pemateri
1	21 September 2023 07.00 – 08.00	Pembukaan acara kegiatan pelatihan	Ketua Pelaku UMKM dan Ketua Pelaksana Kegiatan Pengabdian Masyarakat
2	21 September 2023 08.00 – 09.00	Pengisian pretest tentang kemasan produk makanan dan minuman UMKM	Tim Pengabdian Masyarakat
3	21 September 2023 09.00 – 11.00	Pemaparan materi tentang kemasan produk UMKM	Dosen Program Studi Perhotelan Telkom University
5	21 September 2023 11.00 – 12.00	Sesi koordinasi dan diskusi baik antar pemateri maupun dengan para peserta pelatihan yaitu dengan para pelaku usaha UMKM	Tim Pengabdian Masyarakat
6	21 September 2023 12.00 – 13.00	Istirahat	
7	21 September 2023 13.00 – 14.30	Kunjungan ke beberapa pelaku UMKM Di Desa Margamulya dengan produk makanan basreng, serta minuman kopi dan susu kambing etawa	Tim Pengabdian Masyarakat
8	21 September 2023 14.30 – 15.30	Perumusan desain, logo, slogan, merek, dan bahan kemasan yang akan dibuat.	Tim Pengabdian Masyarakat dan Peserta Pelatihan
8	21 September 2023	Pengisian post-test	Tim Pengabdian

No	Tanggal & Waktu	Materi	Pemateri
9	15.30 – 16.30	Penutup	Masyarakat
	21 September 2023		Tim Pengabdian
10	16.30 – 17.00	Pembuatan Desain dan Logo kemasan produk UMKM Desa Margamulya	Masyarakat
	21 Desember 2023		Tim Pengabdian
11	08.00 – 12.00	Pemesanan pembuatan kemasan produk UMKM Desa Margamulya melalui platform e-commerce Shopee	Masyarakat
	27 Desember 2023		Tim Pengabdian
12	08.00 – 12.00	Penyerahan hasil pembuatan kemasan untuk produk UMKM dari tim pengabdian masyarakat kepada pelaku UMKM di Desa Margamulya	Masyarakat
	5 Januari 2024		Tim Pengabdian

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

c. Evaluasi

Akhir kegiatan dari pengabdian masyarakat ini diadakan dengan memberikan soal post-test, untuk mengetahui pengetahuan peserta setelah mengikuti pelatihan. Peserta juga diminta untuk memberikan tanggapannya terhadap kegiatan pelatihan ini. Program kegiatan pengabdian masyarakat melalui pelatihan dengan tema pembuatan kemasan untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM ini, diharapkan dapat menghasilkan target luaran berupa peningkatan keterampilan bagi pelaku UMKM dalam pembuatan kemasan produk makanan dan minuman yang mereka jual agar meningkatkan pemasaran produk dan penjualan yang signifikan

d. Kendala

Kegiatan pelatihan ini mengalami kendala yang dihadapi selama kegiatan berlangsung, yaitu beberapa pelaku UMKM sebagai peserta kegiatan ini, kurang familiar dengan prinsip-prinsip desain kemasan yang efektif, sehingga mengalami kesulitan saat merumuskan desain, logo, merek, dan slogan produk UMKM yang akan dicetak yang harus menyesuaikan dengan keinginan peserta.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan pemberian pre-test kepada peserta. Tujuan pre test tersebut untuk mengetahui wawasan peserta tentang kemasan produk UMKM sebelum mengikuti kegiatan ini. Kemudian kegiatan dilanjutkan dengan pemberian materi tentang kemasan produk UMKM yang disampaikan oleh Dosen Program Studi Perhotelan Telkom University, yang kemudian dilanjutkan dengan sesi diskusi dan sharing baik antar pelaku UMKM maupun dengan pemateri.



Gambar 2. Kegiatan Penyampaian Materi, Sesi Diskusi, dan *Sharing*

Kegiatan pelatihan ini juga melakukan pembekalan kepada peserta untuk membuat desain kemasan dan logo produk UMKM berupa makanan dan minuman yang unik, kreatif, dan inovatif. Adapun hasil kegiatan pembuatan desain kemasan dan logo pada beberapa produk makanan dan minuman UMKM di Desa Margamulya adalah sebagai berikut:



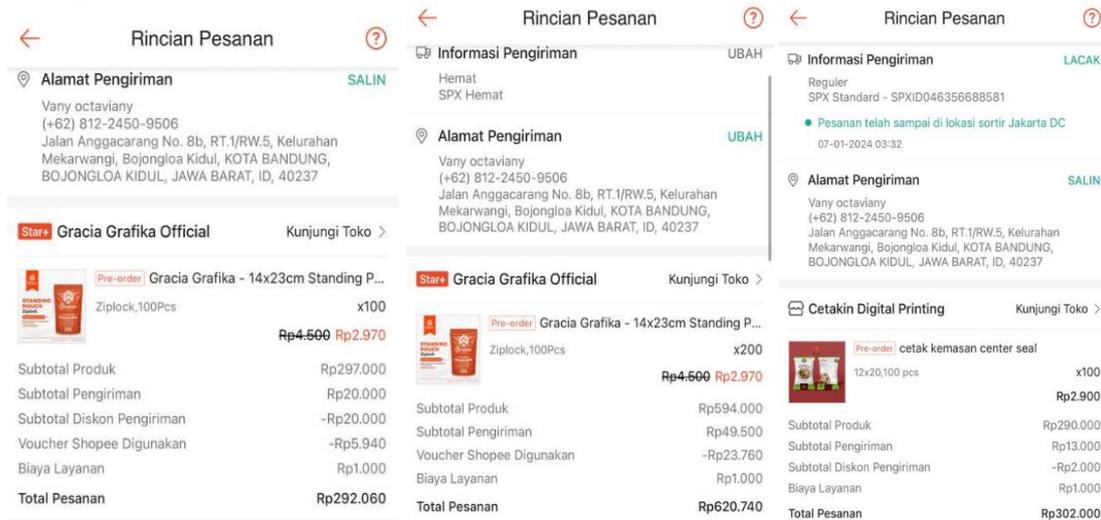
Gambar 3. Desain Logo Kemasan Produk UMKM Desa Margamulya

Sedangkan untuk desain kemasan produk UMKM Desa Margamulya untuk makanan dan minuman adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Desain Kemasan Produk UMKM Desa Margamulya

Setelah pembuatan desain kemasan dan logo, tim pengabdian masyarakat melakukan pemesanan percetakan kemasan produk melalui platform e-commerce Shopee. Berikut adalah bukti pemesanan pembuatan kemasan produk UMKM di Desa Margamulya berupa makanan basreng, minuman kopi, dan susu kambing etawa yang merupakan produk UMKM unggulan.



Gambar 5. Bukti Pemesanan Pembuatan Kemasan Produk UMKM Desa Margamulya

Setelah pembuatan kemasan produk UMKM unggulan di Desa Margamulya yaitu makanan basreng serta minuman kopi dan susu kambing etawa telah selesai dicetak, maka tim pengabdian masyarakat menyerahkan kepada pelaku UMKM di Desa Margamulya.

Diakhir kegiatan, peserta mendapatkan post-test pengetahuan tentang kemasan produk UMKM setelah mengikuti kegiatan pelatihan ini, kemudian kegiatan ditutup oleh tim pengabdian masyarakat.

Berikut adalah hasil pre-test dan post-test peserta kegiatan pelatihan pembuatan kemasan prouoduk UMKM Desa Margamulya:

Tabel 2. Hasil Pre-test dan Post-Test Peserta Kegiatan Pelatihan

No	Skor		No	Skor	
	Pre Test	Post Test		Pre Test	Post Test
1	80	90	16	60	80
2	80	100	17	80	100
3	40	60	18	40	60
4	50	60	19	20	80
5	80	60	20	80	80
6	30	80	21	40	80
7	60	70	22	20	60
8	50	60	23	50	60
9	80	100	24	60	100
10	70	80	25	60	80
11	40	50	26	50	70
12	60	100	27	40	30
13	20	80	28	60	70
14	50	80	29	30	50
15	60	100	30	20	50

Sumber: Data Diolah Tim Pengabdian Masyarakat (2023)

Tabel 2 merupakan hasil analisis data pelatihan pembuatan kemasan produk UMKM, dimana pada tabel tersebut dapat dilihat tingkat perubahan yang terjadi pada 30 peserta sebelum dan sesudah mengikuti kegiatan pelatihan ini. Hasil analisis data tersebut menunjukkan bahwa 93,3% peserta mengalami peningkatan pengetahuan tentang pembuatan kemasan produk UMKM, yang artinya peserta mampu menerima dengan baik materi yang telah disampaikan, serta menunjukkan bahwa pelatihan ini dapat dikategorikan berhasil.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema pelatihan pembuatan kemasan dalam meningkatkan pemasaran produk UMKM di Desa Margamulya, Pasirjambu, Ciwidey, Kabupaten Bandung, berlangsung selama 1 hari, yaitu pada tanggal 21 September 2023, yang dihadiri oleh 30 pelaku UMKM sebagai peserta. Kegiatan ini dapat dikategorikan berhasil karena 93,3% peserta mengalami peningkatan pengetahuan tentang kemasan produk UMKM. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan peningkatan keterampilan kepada peserta untuk membuat desain dan logo kemasan produk yang mereka jual. Kemudian tim pengabdian masyarakat melakukan pemesanan untuk mencetak kemasan tersebut melalui platform e-commerce Shopee, dan setelah hasilnya sudah jadi, tim pengabdian masyarakat menyerahkan kepada pelaku UMKM di Desa Margamulya. Kegiatan pelatihan ini masih terbatas pada produk UMK unggulan saja, yaitu makanan berupa basreng, dan minuman berupa kopi dan susu kambing etawa. Alangkah lebih baik jika pelatihan tentang pembuatan kemasan dilakukan tidak hanya sekali saja, agar dapat meningkatkan keterampilan pembuatan kemasan untuk produk-produk UMKM lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini, kami mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang turut membantu dalam kesuksesan kegiatan pengabdian masyarakat ini, yaitu direktorat penelitian dan pengabdian masyarakat (PPM) Universitas Telkom. Kami juga mengucapkan terimakasih kepada Kepala Desa Margamulya beserta jajarannya, dan masyarakat khususnya pelaku UMKM di Desa Margamulya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] C. Spence, *Multisensory Packaging Design: Color, Shape, Texture, Sound, and Smell*. Elsevier Ltd, 2016.
- [2] Y. Erlyana, "Pengaruh Desain Kemasan Produk Lokal Terhadap Minat Beli Menggunakan Model View: Studi Kasus Keripik Maichih," *Pros. Semin. Nas. Desain dan Arsit.*, vol. 2, pp. 302-308, 2019, [Online]. Available: <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/203>.
- [3] Y. Suprapti, "Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk," *Lppmunindra sosio e-kons*, vol. 1, no. 1, p. 10, 2018.
- [4] P. Moutaftsi Ms and P. Kyratsis Dr, "Visual Brand Identity of Food Products: A Customer's Perspective," *J. Appl. Packag. Res.*, vol. 8, no. 3, p. 1, 2016.
- [5] M. Mashadi and A. Munawar, "Pendampingan Pengembangan Kemasan Produk Bagi UMKM Kota Bogor," *J. Abdimas Dedik. Kesatuan*, vol. 2, no. 1, pp. 115-120, 2021, doi: 10.37641/jadkes.v2i1.1402.
- [6] N. Sigi Prameswari, M. Suharto, and W. Esty, "STRATEGI BRANDING MELALUI INOVASI DESAIN KEMASAN BAGI HOME INDUSTRY SABUN CAIR," *J. Desain Komun. Vis. Manaj. Desain dan Periklanan*, vol. 03, no. 02, pp. 35-54, 2018.
- [7] J. W. Han, L. Ruiz-Garcia, J. P. Qian, and X. T. Yang, "Food Packaging: A Comprehensive Review and Future Trends," *Compr. Rev. Food Sci. Food Saf.*, vol. 17, no. 4, pp. 860-877, 2018, doi: 10.1111/1541-4337.12343.
- [8] A. Widiati, "Peranan Kemasan Dalam Meningkatkan Pemasaran Umkm Di Mas Pack Terminal Kemasan Pontianak," *J. Audit dan Akunt. Fak. Ekon. dan Bisnis Univ. Tanjungpura*, vol. 8, no. 2, pp. 67-76, 2019.
- [9] A. D. Putri, B. Permatasari, and E. Suwarni, "Strategi Desain Kemasan Sebagai Upaya Peningkatan Daya Jual Produk Umkm Kelurahan Labuhan Dalam Bandarlampung," *J. Soc. Sci. Technol. Community Serv.*, vol. 4, no. 1, pp. 119-123, 2023.