

Pelatihan Desain Label Produk UMKM Agrowisata Edukasi Sungai Jawi

Ghia Subagja*¹, Reska Rahmatullah², Nia meitisari³, Melisa Ariani Putri⁴,
^{1,2,3,4} Universitas Sriwijaya

*Jalan Raya Palembang, Prabumulih No Km 32, Kabupaten Ogan Ilir, Indonesia

*Korespondensi: ghiasubagja@fe.unsri.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, serta Menengah (UMKM) mempunyai kedudukan penting dalam perekonomian Indonesia, paling utama dalam mendorong perkembangan ekonomi, menghasilkan lapangan kerja, dan mengurangi tingkat kemiskinan. Tantangan ini tidak terbatas pada kecepatan distribusi, melainkan pada aspek estetika visual produk juga menjadi faktor utama. Melalui pelatihan ini, UMKM dapat memanfaatkan fitur-fitur visual pada platform seperti instagram, facebook, dan marketplace lokal untuk menarik perhatian calon pembeli. Metode yang digunakan adalah dengan pelatihan dan praktik. Evaluasi pelatihan meliputi indikator: 1) analisis kebutuhan; 2) metode tutorial dan pendampingan; 3) metode diskusi. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 25 November 2024 di Agrowisata Edukasi Sungai Jawi, Palembang. Hasil pelatihan menunjukkan sebanyak 20 peserta pelatihan memperoleh nilai rata-rata pre-test dari 64,5 meningkat menjadi 93,5 pada post-test, dengan peningkatan rata-rata sebesar 29 poin. Seluruh peserta mendapatkan kenaikan nilai, mencerminkan efektivitas pelatihan yang diberikan. Hasil menunjukkan peserta yang memiliki nilai awal yang lebih rendah (60–70) setelah diberikan pelatihan ini menunjukkan peningkatan nilai. Hal ini mengindikasikan bahwa peserta memahami bahwa penggunaan tools dan software editing memiliki peran penting dalam proses pembentukan suatu produk. Penggunaan software yang baik memiliki manfaat yang dapat mendukung efektifitas produksi bagi pelaku UMKM dalam mempersiapkan produk yang akan bersaing dengan produk lainnya di pasaran.

Kata Kunci: Desain Label, Kemasan, UMKM

1. ANALISIS SITUASI

Usaha Mikro, Kecil, serta Menengah (UMKM) berperan penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam mendorong perkembangan ekonomi, menghasilkan lapangan kerja, dan mengurangi tingkatan kemiskinan. Bagi Kementerian Koperasi serta UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap produk domestik bruto (PDB) serta menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia. Tetapi, walaupun kontribusinya besar, UMKM mengalami bermacam tantangan, terutama dalam perihal daya saing produk di pasaran. Sebagian besar produk menjadi lebih kompetitif akibat globalisasi serta pertumbuhan teknologi digital. Hal itu didasari oleh kemajuan teknologi dimana masyarakat bisa mencari atau mendapatkan informasi melalui *platform digital* (Angipora, 2002).

Menurut Kotler dan Keller (2016) label adalah bagian dari kemasan yang berisi informasi tentang produk, seperti nama produk, merek, tagline, deskripsi produk, instruksi penggunaan, informasi nutrisi, tanggal kadaluarsa, dan lain-lain. Label merupakan bagian dari diri produk, memiliki data berarti secara jelas, serta mempunyai emosional guna membangun ikatan dengan konsumen. Label yang menarik bisa membangun citra positif untuk produk UMKM, dan menghasilkan kesan handal serta terpercaya (Maryanti, 2022). Selain harga dan kualitas produk, hal tersebut merupakan salah satu faktor terpenting dalam memenangkan persaingan bisnis dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif yaitu menciptakan kemasan yang dapat melindungi produk dan menarik minat konsumen (Lestari & Ni'matul, 2021). Sedangkan kemasan produk ialah bagian penting dalam sebuah konsep pemasaran, karena kemasan bukan hanya berperan sebagai pelindung produk, namun untuk menambah nilai jual suatu produk (Purnomo, 2013).



Gambar 1. Produk UMKM Pokdarwis

Sumber: Dok. UMKM Pokdarwis, 2024.

Label bagi produk UMKM memiliki peranan penting untuk memberikan nilai kepada konsumen terhadap suatu produk. Tidak terkecuali produk UMKM di Agrowisata Sungai Jawi. Terlebih UMKM memiliki peran strategis dalam mendukung keberlanjutan pariwisata lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Melalui berbagai potensi unggulan di sektor agrowisata, seperti produk makanan olahan dari hasil pertanian lokal, kerajinan tangan khas, serta produk-produk herbal yang kaya manfaat. Produk-produk ini memiliki daya tarik yang dapat mendukung pariwisata berkelanjutan, daya tarik ini terletak pada keaslian dan keunikan produk lokal. Meskipun potensi ini sangat besar, UMKM di Desa Sungai Jawi dihadapkan pada tantangan besar, terutama dalam hal pemasaran produk secara lebih luas, terutama identitas produk yang dipasarkan

secara *online*, dimana produk-produk yang ditampilkan belum memiliki kecukupan informasi yang jelas. Produk UMKM yang ada belum memanfaatkan fungsi label pada kemasan secara baik.

Menurut data dari Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Selatan, pada tahun 2023 sebagian besar UMKM masih menggunakan desain label produk yang sederhana dan konvensional, yang kurang menarik minat wisatawan dan konsumen di luar desa. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelatihan desain label produk bagi UMKM di Agrowisata Sungai Jawi sangat dibutuhkan, bukan hanya untuk meningkatkan daya tarik visual produk tetapi juga untuk membangun citra positif yang mendukung promosi pariwisata lokal. Menurut (Juliasari et al,2022) label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya. Produk dengan desain label yang kreatif dan profesional akan memberikan kesan yang lebih baik bagi wisatawan dan memungkinkan mereka untuk melihat produk lokal sebagai pilihan oleh-oleh atau produk khas dari desa tersebut (Maryanti,2022).

Melalui pelatihan ini, UMKM dapat memanfaatkan fitur-fitur visual pada platform seperti instagram, facebook, dan *marketplace* lokal untuk menarik perhatian calon pembeli. Penggunaan visual yang konsisten dan menarik pada label, kemasan, hingga foto produk dapat menjadi faktor pembeda yang menarik bagi wisatawan yang mencari produk asli dari daerah tujuan wisata. Label yang baik tidak hanya menarik dari segi visual, tetapi juga informatif, mengandung keterangan seperti bahan, hingga cara penggunaan yang jelas. Melalui pemahaman yang baik mengenai desain label dan strategi pemasaran yang relevan, produk UMKM Desa Sungai Jawi dapat memiliki daya tarik yang sama dengan produk komersial lainnya, sehingga mampu meningkatkan nilai tambah produk UMKM di pasar konvensional maupun *online*. Oleh sebab itu, melalui pelatihan ini, diharapkan UMKM di Agrowisata Sungai Jawi dapat meningkatkan pemahaman terkait desain label kemasan, aturan penggunaan produk dan pemanfaatan *software editing* kemasan produk.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan ini mempertimbangkan kebutuhan UMKM Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata). Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di Agrowisata Edukasi Sungai Jawi, Kecamatan Kalidoni, Kota Palembang menggunakan pendekatan :

- a) metode ceramah;
- b) tutorial pendampingan;
- c) pelatihan langsung serta diskusi.

Adapun khalayak sasaran yang dipilih dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah para pelaku usaha UMKM di Agrowisata Edukasi Sungai Jawi sebanyak 20 orang (lihat tabel 1). Penetapan sasaran ini menggunakan penilaian sejauh mana pelatihan desain label dapat diterapkan dalam proses kemasan dan standarisasi produk guna meningkatkan nilai tambah bagi produk UMKM. Perlu diketahui bahwa kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM masih terbatas. Apabila kemampuan ini dikembangkan tentu akan membawa manfaat bagi kelangsungan produk UMKM. Dengan demikian para pelaku UMKM dapat memiliki kemampuan daya saing yang baik dari sisi produk.

Adapun waktu pelaksanaan kegiatan ini pada tanggal 25 November 2024. Kegiatan ini diselenggarakan di Agrowisata Sungai Jawi, Kalidoni, Palembang. Rincian waktu dan tempat kegiatan di kediaman Ketua Pokdarwis Agrowisata Sungai Jawi. Kegiatan yang dimulai pukul 08.00 hingga 14.00 ini diikuti oleh 20 orang. Terdiri dari Ketua Pokdarwis, pelaku UMKM, Karang Taruna Sungai Jawi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melalui beberapa metode dan tahapan diantaranya dengan melakukan tanya jawab langsung dan umpan balik serta melalui pelaksanaan *pre-test* dan *post-test* yang dilakukan untuk mengukur sejauh mana peningkatan pemahaman pelaku UMKM dalam materi dan pengaplikasian desain label produk UMKM. Hasil test tersebut akan dipaparkan secara visual melalui bentuk tabel diagram dan pendistribusian secara langsung mengenai hasil pengabdian untuk mengukur peningkatan pemahaman pada jenis dan desain label.

3. PELAKSANAAN DAN HASIL

Pelaksanaan Kegiatan

Pelatihan diawali dengan sambutan dari Ketua Pokdarwis UMKM Agrowisata Sungai Jawi, dilanjutkan melalui sesi foto bersama sebelum akhirnya pelaksanaan penyampaian materi dilakukan dengan mendistribusikan *pre-test* dan *post-test* sebelum sesi penyampaian materi desain label produk dimulai. Animo yang begitu baik terlihat dari keaktifan peserta pelatihan dengan tingginya interaksi melalui sesi tanya jawab berlangsung. Pemateri kemudian melakukan penyuluhan mengenai peranan kemasan, bahan kemasan produk, bentuk

kemasan produk dan pelatihan pembuatan desain yang menarik dengan metode presentasi, demonstrasi dan praktek.

Pada kegiatan tersebut pelaku UMKM diberi pelatihan penggunaan desain label menggunakan *canva* sebagai *software editing* yang digunakan dengan *template* yang sudah dipersiapkan bagi peserta selama pelatihan berlangsung. Tim dosen pengabdian masyarakat Universitas Sriwijaya didampingi oleh mahasiswa sebanyak 5 orang yang telah menempuh semester 5 membantu proses pendistribusian kuesioner dan aplikasi. Sebelum proses penyampaian materi pelatihan dimulai, para peserta diberikan *pre-test* yang terdiri dari 15 pertanyaan yang dirancang untuk mengukur tingkat pemahaman dan keterampilan awal peserta terkait konsep dasar desain serta penggunaan perangkat lunak (*software*) yang relevan. *Pre-test* ini bertujuan untuk memperoleh informasi tentang pengetahuan dan keterampilan awal peserta, yang akan digunakan sebagai dasar untuk penyesuaian materi dan pendekatan pengajaran selama pelatihan. Dengan menganalisis hasil *pre-test*, pemateri mengidentifikasi tingkat pemahaman peserta terhadap topik yang akan dibahas, serta menentukan area-area yang memerlukan perhatian lebih selama sesi pelatihan. Selain itu, *pre-test* juga berfungsi sebagai alat evaluasi untuk mengukur perkembangan peserta setelah mengikuti pelatihan, memberikan gambaran yang jelas tentang sejauh mana pelatihan berhasil meningkatkan kemampuan peserta dalam menerapkan desain dan penggunaan *software* yang diberikan.



Gambar 3. Pengisian *Pre-test* oleh Peserta Pelatihan

Sumber: Dokumentasi Pengabdian, 2024.

Hasil *pre-test* dari pelaku UMKM dapat dilihat pada tabel 2, hasil *pre-test* memberikan informasi pemahaman pelaku UMKM agrowisata Sungai Jawi mengenai desain produk label sebelum menggunakan beragam *software editing*. Sebelum memulai pelatihan peserta diberikan instrumen pertanyaan mengenai tata aturan standar dalam produk berupa penggunaan jenis huruf, logo, gambar, dan informasi yang wajib ada dalam sebuah produk makanan, herbal hingga minuman. Setelah itu, para peserta ditugaskan secara mandiri mengelompokkan informasi apa saja yang ada pada produk mereka kemudian mencoba menempatkan informasi tersebut pada sebuah *template* desain yang telah disediakan dengan menyesuaikan warna dan bentuk pada setiap produk yang dijual. Kategorisasi produk dipisahkan dalam bentuk pengelompokkan warna sehingga memudahkan peserta pelatihan dalam membuat konsep desain suatu label kemasan.

Sebanyak 20 pelaku UMKM yang terdiri dari 14 laki-laki dan 6 perempuan dengan rentang usia peserta bervariasi, dengan 8 peserta berusia 17-20 tahun, 6 peserta berusia 21-30 tahun, 6 peserta berusia lebih dari 30 tahun, dan 1 peserta berusia 41-50 tahun. Sebagian besar peserta memiliki latar belakang pendidikan SMA, yaitu sebanyak 15 orang, 5 orang dengan pendidikan S1 dan 3 orang dengan pendidikan SMP. Jenis produk yang dijual oleh peserta juga bervariasi, dengan produk makanan menjadi yang paling banyak diikuti (6 orang), diikuti oleh keripik (5 orang), madu (2 orang), jahe merah (3 orang), minuman (1 orang), teh (1 orang), dan 1 orang yang belum pernah memiliki produk. Variasi dalam demografi ini menunjukkan keberagaman latar belakang dan pengalaman para peserta yang berpotensi mempengaruhi cara mereka dalam mengaplikasikan materi yang diberikan selama pelatihan.

Nilai rata-rata *pre-test* untuk seluruh peserta pelatihan adalah 64,53, yang dihitung berdasarkan skor *pre-test* yang berkisar antara 50 hingga 80. Variasi skor ini mencerminkan perbedaan tingkat pemahaman dan keterampilan peserta terkait konsep desain dan penggunaan perangkat lunak yang diajarkan. Dengan adanya rentang skor tersebut, dapat disimpulkan bahwa ada variasi dalam kesiapan peserta, yang memungkinkan penyesuaian pendekatan pengajaran sesuai dengan kebutuhan individu, guna memaksimalkan hasil pelatihan dan penguasaan materi yang diberikan. Kegiatan berikutnya adalah penggunaan *software editing* yang digunakan pada desain label produk.

Pada sesi ini peserta dikelompokkan menjadi beberapa tim pada bidang usaha sejenis sehingga memudahkan pemateri memetakan berdasarkan kebutuhan masing-masing kelompok. Pemateri tim pengabdian sebagaimana yang terlihat pada Gambar 4. Materi mencakup pengenalan standarisasi kemasan produk,

aspek hukum pada penggunaan label, kemudian, pemateri memberikan sebuah *prototype* barang yang sudah terlabel dengan standarisasi aturan yang baik sebagai contoh.



Gambar 4. Materi Desain Label

Sumber: Dokumentasi tim pengabdian, 2024.

Sesi berikutnya peserta merancang sebuah ukuran pada kemasan yang akan diberi label dan dicocokkan dengan ukuran yang ada pada *software editing*. Pada sesi ini pemateri juga menyoroti pentingnya kecocokan ukuran label terhadap fungsi dan jenis yang ada pada kemasan. *Canva* menjadi solusi praktis yang dapat digunakan secara *online*, melalui fitur *mock-up* peserta dapat menyesuaikan ukuran berdasarkan *template* yang telah disediakan sebelumnya, para peserta tinggal mencocokkan ukuran dan jenis font serta pemilihan warna yang menarik berikut hasil karya yang dapat diaplikasikan pada sebuah produk.

Selanjutnya setelah desain selesai peserta akan memilih model produk yang akan digunakan untuk dilabeli menggunakan hasil dari *canva editing*, peserta yang merupakan pelaku UMKM memberikan hasil desain label kemasan sebagai rangkaian akhir dari proses pelaksanaan pengabdian. Hasil desain label produk UMKM peserta dapat terlihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Hasil Desain Para Peserta Pelatihan

Sumber: Dokumentasi Pengabdian, 2024.

Evaluasi Kegiatan

Pada akhir sesi pelatihan, peserta diberikan *post-test* untuk mengevaluasi peningkatan kompetensi peserta dalam memanfaatkan aplikasi *canva* sebagai media desain label produk. *Post-test* ini berfungsi sebagai instrumen evaluasi yang memungkinkan perbandingan antara tingkat pemahaman dan keterampilan peserta sebelum dan sesudah pelatihan, sehingga efektivitas materi pelatihan dapat diukur secara objektif. Selanjutnya, hasil perbandingan *pre-test* dan *post-test* peserta disajikan dalam tabel untuk mendukung analisis data secara kuantitatif. Evaluasi dilaksanakan dalam dua bentuk, yaitu evaluasi terhadap pemahaman materi yang diberikan dan evaluasi terhadap penyelenggaraan kegiatan pengabdian. Evaluasi terhadap pemahaman materi dilaksanakan dengan menilai hasil *pre-test* dan *post test* yang diisi oleh peserta. Perbandingan hasil *pre-test* dan *post test* dapat dilihat pada Tabel 3.

Hasil evaluasi pelatihan menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta. Dari 20 peserta pelatihan, nilai rata-rata *pre-test* sebesar 64,5 meningkat menjadi 93,5 pada *post-test*, dengan peningkatan rata-rata sebesar 29 poin. Seluruh peserta mengalami kenaikan nilai, mencerminkan efektivitas pelatihan yang diberikan. Hasil menunjukkan bahwa pelatihan sangat efektif, terutama bagi peserta yang memiliki nilai awal yang lebih rendah (60–70). Pelatihan ini terbukti sangat efektif dalam meningkatkan kompetensi peserta mendesain label kemasan yang terstandarisasi dan berfungsi

dengan baik. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan dapat memberikan dampak positif secara menyeluruh, baik berdasarkan jenis kelamin, usia, maupun tingkat pendidikan peserta.

Tabel 2. Perbandingan *Pre-Test* dan *Post-Test* Peserta Pelatihan

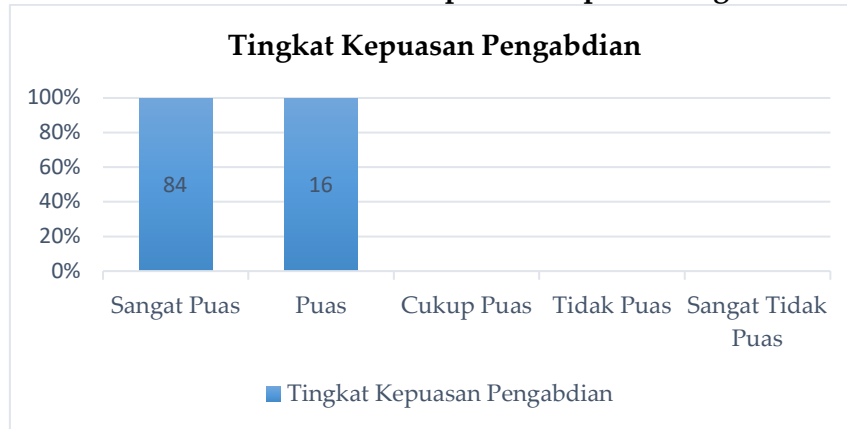
No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pre Test	PostTest
1	Laki-Laki	17-20 Tahun	SMA	58	90
2	Laki-Laki	21-30 Tahun	SMA	58	90
3	Laki-Laki	>30 Tahun	SMA	60	100
4	Laki-Laki	>30 Tahun	SMA	60	100
5	Laki-Laki	21-30 Tahun	SMA	70	90
6	Laki-Laki	21-30 Tahun	S1	80	100
7	Perempuan	21-30 Tahun	SMP	80	90
8	Laki-Laki	>30 Tahun	SMP	60	100
9	Laki-Laki	>30 Tahun	SMA	70	100
10	Laki-Laki	17-20 Tahun	SMA	60	90
11	Perempuan	17-20 Tahun	SMA	60	100
12	Perempuan	17-20 Tahun	SMA	70	100
13	Perempuan	17-20 Tahun	SMA	70	90
14	Laki-Laki	17-20 Tahun	SMA	80	100
15	Perempuan	25-30 Tahun	SMA	60	90
16	Perempuan	25-30 Tahun	SMA	60	90
17	Perempuan	41-50 Tahun	S1	50	90
18	Perempuan	>30 Tahun	S1	60	100
19	Laki-Laki	>30 Tahun	S1	60	100
20	Laki-Laki	>30 Tahun	SMA	60	90
Nilai rata-rata				64,53	93,50

Sumber: Hasil pengabdian, 2024.

Peningkatan yang konsisten pada setiap kelompok pelaku UMKM, hal ini menunjukkan bahwa materi pelatihan relevan, mudah diakses, dan mampu menjangkau peserta dari berbagai latar belakang. Hasil evaluasi terhadap tingkat kepuasan peserta pelatihan menunjukkan mayoritas peserta merasa sangat puas dengan program yang diberikan. Sebanyak 14 dari 20 peserta menyatakan "sangat puas," sementara 6 peserta lainnya menyatakan "puas," . Tidak ada peserta yang menyatakan ketidakpuasan terhadap pelatihan. Hasil ini mencerminkan keberhasilan pelatihan dalam memenuhi kebutuhan peserta, baik dari segi materi yang relevan maupun metode penyampaian yang efektif. Tingginya tingkat kepuasan peserta juga mengindikasikan bahwa pelatihan dapat memberikan

dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kompetensi peserta dalam penggunaan *Canva* untuk penggunaan desain label produk kemasan UMKM.

Tabel 3. Kontribusi Pelatihan Terhadap Keterampilan/Pengetahuan Peserta



Sumber: Hasil pengabdian, 2024.

Tingginya tingkat kepuasan peserta pada pengabdian ini menunjukkan bahwa ketepatan dalam analisis kebutuhan pelaku UMKM Agrowisata Edukasi Sungai Jawi menjadi bahan pertimbangan dalam mengadaptasi masalah yang dihadapi langsung oleh para pelaku UMKM. Panduan dan modul penggunaan aplikasi *software editing* pelatihan memberikan petunjuk penggunaan warna dan tulisan dalam elemen visual mampu meningkatkan kesadaran konsumen untuk peduli dan sadar akan informasi pada suatu produk.

4. PENUTUP

Pelatihan desain label produk kemasan UMKM memberikan peningkatan pemahaman bagi pelaku UMKM, bahwa bisnis tidak hanya sebatas operasional produk saja, tetapi aspek kemasan terutama label juga menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan untuk meningkatkan kesadaran calon konsumen dalam memilih produk UMKM. Oleh sebab itu pelaku UMKM harus menyadari pentingnya aspek visual dan aspek hukum pada penggunaan label pada suatu produk yang ditampilkan. Pemberian informasi yang jelas melalui pemilihan jenis huruf, gambar, dan petunjuk penggunaan akan memudahkan calon konsumen menerjemahkan informasi yang didapat dari suatu produk yang akan dikonsumsi. Selain itu, Hasil penilaian yang diberikan pada pelatihan ini menunjukkan bahwa penggunaan *tools* dan *software editing* memiliki peran penting dalam proses pembentukan suatu produk. Penggunaan *software* yang baik memiliki manfaat

yang dapat mendukung efektifitas produksi bagi pelaku UMKM dalam mempersiapkan produk yang akan bersaing dengan produk lainnya di pasaran.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih diberikan kepada Universitas Sriwijaya yang telah memberikan pendanaan dalam kegiatan ini.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, M. (2002). *Dasar-dasar pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sumatera Selatan. (2023). *Pelaku UMKM Dinas Koperasi dan UMKM Tahun 2023*. Palembang: Sumselprov. Diambil dari: <https://diskopukm.sumselprov.go.id> (16 November 2024)
- Ikasari, D. M., Lestari, E. R., & Ni'Matul, Y. (2021, April). Inventory Control Analysis of Frozen Processed Shrimp Using Silver Meal Heuristic Method (Case Study at PT. X Malang, East Java, Indonesia). in *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 733 (1), p. 012062).
- Juliasari, D., & Liyundira, F. S. (2022). Desain Kemasan Produk sebagai Media Perluasan Pemasaran. *Progress Conference*, 5(2), 206–211. Retrieved from <https://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/497>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Kementerian Koperasi dan UKM. 2023. *Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM. Retrieved January 11, 2023 (<http://umkm.depkop.go.id/>).
- Maryanti, S., & Eliza, Y. (2022). Pelatihan Peningkatan Kualitas Produk dan Kemasan Produk di Kelompok Tani Desa Lembah Sari Rumbai Pekanbaru. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6).
- Noviadji, B. R. (2014). Desain Kemasan Tradisional dalam Konteks Kekinian. *Artika*, 1(1), 10-21.
- N. C. Purnomo, I. G. N. Ardana, and C. T. Handoko. (2013). Perancangan Kemasan Dan Media Promosi Kue Gandjelrel Khas Kota Semarang. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1, (2). 1–7. <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/714>.
- Suhardi, D. (2019). Optimalisasi Keterampilan Pembuatan Kemasan untuk Meningkatkan Pemasaran Produk pada UKM Pembuat Tape di Desa

- Cibeureum Kabupaten Kuningan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 116 - 128. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v2i02.2105>.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran (Edisi ke-3)*. Yogyakarta: Andi.
- Wijayanti, T. (2012). *Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta. Bumi Aksara.