

PELATIHAN PENGEMASAN PRODUK PADA USAHA MIKRO SAMBEL PECEL BU KARJO KOTA MADIUN

Ajeng Widi Pramnesti dan Anggita Langgeng Wijaya*
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

*Email: gonggeng14@gmail.com

ABSTRAK

Produk sambel pecel merupakan produk salah satu produk unggulan di Kota Madiun Jawa Timur. Industri pembuatan sambel pecel di Kota Madiun berkembang dengan baik dan luas yang umumnya berbasis pada industri rumah tangga. Sebagai upaya mempertahankan dan mengembangkan industri sambel pecel di Kota Madiun, UMKM perlu melakukan berbagai upaya inovasi. Salah satunya melalui inovasi dalam hal pengemasan produk. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan pengemasan produk pada usaha mikro Sambel Pecel Bu Karjo Kota Madiun. Metode pelaksanaan kegiatan ini dimulai dengan identifikasi masalah mitra, kordinasi pelaksanaan kegiatan, pelaksanaan kegiatan dan evaluasi atas pelaksanaan kegiatan. Kegiatan pelatihan pengemasan produk dilaksanakan dengan metode presentasi dan diskusi serta praktik langsung pengemasan produk sambel pecel pada mitra. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan ketrampilan dari usaha mikro sambel pecel Bu Karjo Kota Madiun yang terlihat dari nilai *pres-test* dan *post-test* terkait dengan pengemasan produk. Peningkatan ketrampilan dan pengetahuan tentang pengemasan produk bagi mitra diharapkan mampu meningkatkan daya tarik dan daya saing dari produk sambel pecel yang diproduksi oleh Usaha Mikro Sambel Pecel Bu Karjo Kota Madiun.

Kata Kunci: Pelatihan, Pengemasan Produk, Sambel Pecel, Kota Madiun

ABSTRACT

The "sambel pecel" product is one of the leading products in Madiun City, East Java. The "sambel pecel" making industry in Madiun City is well-developed and broad, generally based on home industries. MSMEs need to make various innovation efforts to maintain and develop the "sambel pecel" industry in Madiun City. One of them is through innovation in terms of product packaging. This community service activity aims to provide product packaging training to the Bu Karjo Pecel sauce micro business, Madiun City. Implementing this activity begins with identifying partner problems, coordinating the implementation of activities, implementing activities and evaluating the implementation of activities. Product packaging training activities are carried out using presentation and discussion methods and direct practice on packaging "sambel pecel" products to partners. The results of this community service activity indicate an increase in knowledge and skills from Bu Karjo's micro "sambel pecel" business, Madiun City, which can be seen from the pre-test and post-test scores related to product packaging. Improving skills and knowledge about product packaging for partners is expected to increase the attractiveness and competitiveness of the "sambel pecel" product produced by Bu Karjo's Pecel Sauce Micro Business, Madiun City.

Keywords: Training, Product Packaging, Sambel Pecel, Madiun City

PENDAHULUAN

Kota Madiun adalah sebuah kota yang berada di provinsi Jawa Timur. Kota ini terletak 160 km sebelah barat Surabaya, atau 111 km sebelah timur Kota Surakarta, Jawa Tengah. Madiun merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki berbagai macam seni dan makanan khas, salah satunya adalah pecel Madiun. Ciri khas kota madiun sebagai kota

pecel menyebabkan tingginya permintaan akan produk pelengkap pecel yaitu sambal pecel. Di Kota Madiun, sambal pecel merupakan produk unggulan karena banyaknya peminat atau pecinta nasi pecel di sekitaran daerah karisidenan Madiun. Banyak pelaku UMKM yang bersifat rumahan yang memproduksi sambal pecel baik untuk dijual dikalangan pasar-pasar tradisional, pasar modern, toko oleh-oleh dan pengiriman penjualan ke luar kota.

Menurut Qonita et al. (2021), UMKM memiliki potensi yang besar dalam upaya pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Wiliani et al. (2021) menjelaskan bahwa bagi usaha kecil menengah penjualan produk adalah hal yang sangat penting. Penjualan produk yang baik akan sangat didukung dengan teknik pemasaran yang baik pula. Salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam proses pemasaran adalah aspek pengemasan produk. Pengemasan produk merupakan cara melindungi produk ke tangan konsumen dan baik dan higienis. Teknik pengemasan produk telah sangat berkembang seiring dengan masukan unsur promosi dalam kemasan dan usaha-usaha sistematis menarik minat konsumen. Sriningsih et al. (2021) berpendapat bahwa salah satu kelemahan dari produk industri rumahan adalah aspek pengemasan yang dinilai masih belum profesional. Kemasan produk akan mempengaruhi ketertarikan konsumen dalam memilih atau membeli sebuah produk. Produk usaha kecil yang bersifat tradisional akan memiliki daya tarik yang tinggi apabila memiliki kemasan yang menarik. Tampilan dan desain kemasan produk juga akan berpengaruh terhadap harga jual dan kemampuan bersaing dengan produk sejenis di pasaran.

Sulistiono dan Mulyana (2021) menyatakan bahwa UMKM memberikan sumbangan yang besar dalam pertumbuhan ekonomi nasional Indonesia. Salah satu kelemahan UMKM di Indonesia adalah belum mau atau masih mengabaikan investasi pada upaya pembentukan citra merek. Padahal citra merek akan sangat berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah perusahaan. Citra merek dapat dibangun melalui kualitas produk,

pemasaran yang efektif dan pengemasan produk yang menarik. Secara alamiah konsumen akan memperhatikan sebuah produk dari kemasan luarnya terlebih dahulu. Kemasan luar yang menarik dan pemberian label terhadap produk UMKM merupakan usaha penting dalam membangun citra merek sebuah produk. Swasty et al. (2019) menjelaskan bahwa pengemasan produk merupakan aspek penting dan promosi dan penjualan. Pelaku UMKM perlu memperhatikan teknik dan desain pengemasan produk sebagai upaya meningkatkan daya jual produk. Qonita et al. (2021) menjelaskan bahwa inovasi bisnis UMKM merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk lokal. Upaya perbaikan bisnis internal dan eksternal perlu secara berkelanjutan untuk terus dilakukan. Pengelolaan bisnis UMKM yang umumnya masih bersifat tradisional perlu perlahan untuk diubah menjadi lebih modern dan profesional. Pengemasan produk dan upaya promosi perlu senantiasa ditingkatkan untuk membuat UMKM menjadi lebih maju.

Di Kota Madiun Jawa Timur terdapat sebuah industri kecil yang bergerak dibidang produksi sambel pecel yang memiliki nama Sambel Pecel Bu Karjo. Industri ini bersifat industri rumahan (usaha mikro) dengan alamat di Jl. Sarean dekat pasar Sleko Kota Madiun Jawa Tumur. Industri mikro ini sudah berdiri sejak kurang lebih 10 tahun yang lalu dengan pemilik usaha sambel pecel ini bernama Ibu Karjo. Pemilik usaha ini telah merintis produksi sambel pecel dengan beberapa karyawan yang merupakan kerabat dan juga tetangga pemilik usaha. Dalam hal pengemasan produk, Usaha Bu Karjo saat ini masih menggunakan bahan plastik biasa yang kemudian diberi label kemasan bertuliskan "Sambel Pecel Bu Karjo" yang masih dikatakan sederhana. Menurut Lidyasuwanti et al. (2017), inovasi dalam pengemasan adalah usaha menarik minat beli konsumen dan membentuk citra positif di mata konsumen.

Tim pengabdian masyarakat menilai bahwa usaha sambel pecel ini masih bersifat tradisional dan ini masih kurang memiliki pengetahuan

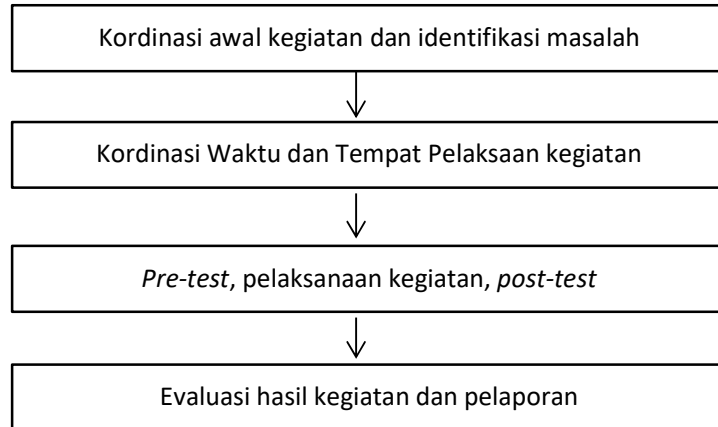
tentang pentingnya pengaruh *branding* pengemasan dan pemasaran suatu produk. Kotler & Keller (2009) menyebutkan bahwa pemberian merek dan pengemasan produk yang menarik adalah usaha membentuk image dan strategi perusahaan dalam meningkatkan penjualan. Fadilla et al. (2019) menjelaskan bahwa membangun ekuitas merek adalah aktifitas yang dapat diandalkan dalam membangun citra produk perusahaan di mata konsumen. Wijaya et al. (2021) menyatakan bahwa pada umumnya UMKM masih belum spesifik fokus pada perhatian atas aspek pengemasan produk. Fokus utamanya masih pada bagaimana proses produksi berjalan dengan baik dan penjualan produk perusahaan dapat berjalan dengan lancar. Pengemasan produk biasanya dilakukan secara tradisional. Seiring dengan perkembangan teknologi, media sosial, ponsel pintar, dan *market place*, banyak promosi dan penjualan produk UMKM yang dilakukan secara digital. Untuk dapat menarik minat konsumen maka tampilan produk pada iklan media sosial maupun *market place* harus disajikan dengan baik. Pengemasan produk menjadi sangat penting untuk menunjang promosi digital tersebut (Wijaya et al., 2021). Menurut Lidyasuwanti et al. (2017), kemasan yang didesain secara menarik, praktis dan inovatif akan menjadi citra positif dan mendorong minat beli konsumen.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan melakukan kegiatan pelatihan pengemasan produk pada usaha mikro Sambel Pecel Bu Karjo Kota Madiun Jawa Timur. Target luaran yang hendak dicapai dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah adanya peningkatan pengetahuan dan ketrampilan dari mitra sambel pecel Bu Karjo Kota Madiun berkaitan dengan pengemasan produk dan arti penting pengemasan produk sebagai upaya menarik minat beli konsumen. Pelatihan ini juga memberikan gambaran sederhana tentang arti penting promosi, perkembangan promosi di media sosial dan *market place* serta perbandingan pengemasan produk sambel pecel dengan usaha lain sejenis yang telah *go digital*.

METODE PELAKSANAAN

Skema Pelaksanaan Kegiatan

Skema pelaksanaan kegiatan untuk kegiatan pelatihan pengemasan produk pada usaha mikro Sambel Pecel Bu Karjo Kota Madiun ini disajikan pada gambar sebagai berikut.



Gambar 1. Skema Pelaksanaan Kegiatan

Penjelasan atas skema pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini disampaikan sebagai berikut:

1. Pada tahap awal tim pengabdian masyarakat bersilaturahmi dengan kunjungan ke rumah Bu Karjo dan keluarga terkait dengan rencana kegiatan pengabdian ini. Pada silaturahmi ini didiskusikan tentang kondisi usaha dan kendala-kendala yang dihadapi oleh mitra.
2. Pada tahapan berikutnya tim pengabdian masyarakat menyampaikan rencana kegiatan sebagai usaha untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh mitra. Tim pengabdian masyarakat menyampaikan konsep pelatihan pengemasan produk, diskusi waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan.
3. Proses pelaksanaan kegiatan pelatihan didesain dengan urutan berupa kegiatan pemberian *pre-test*, pelaksanaan kegiatan pelatihan, dokumentasi dan kemudian diakhiri dengan kegiatan *post-test*.

4. Tahapan akhir dari kegiatan ini adalah menyusun laporan kegiatan, evaluasi proses kegiatan dan proses publikasi ilmiah.

Metode Pelaksanaan, Waktu, dan Media yang digunakan

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian adalah metode presentasi mengenai gambaran umum pemasaran, pengenalan bentuk dan desain pengemasan produk, metode demonstrasi (praktik langsung) mengenai contoh kemasan produk yang baik disesuaikan dengan produk yang diproduksi oleh mitra dilanjutkan dengan diskusi untuk menganalisis beberapa kemasan produk pembandingan. Untuk mengukur indikator keberhasilan program maka peserta diminta mengisi kuesioner sebelum pelaksanaan pelatihan (*pre-test*) dan mengisi kuesioner kembali setelah pelaksanaan kegiatan (*post-test*). Secara keseluruhan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan jangka waktu 3 minggu kegiatan dimulai sejak 18 November sampai dengan 8 Desember 2021. Media, alat, dan bahan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi hal-hal sebagai berikut: laptop, bahan kemasan, timbangan, dan alat press mika.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Koordinasi Awal

Kegiatan koordinasi awal dengan mitra UMKM Sambel Pecel Bu Karjo, Jl. Sarean 11B, Kota Madiun, Jawa Timur, dilaksanakan sebanyak tiga kali. Kegiatan ini meliputi silaturahmi, identifikasi masalah mitra, survei tempat produksi, peralatan dan bahan yang digunakan dalam proses produksi, dan pengamatan pembuatan produk mitra. **Tempat dan Tanggal**

Kegiatan

Kegiatan utama pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di rumah sekaligus tempat produksi sambel pecel Bu Karjo yang beralamatkan di Jalan Sarean No. 11B Kota Madiun Jawa Timur, pada tanggal 6 Desember

2021 mulai Pukul 13.00 sampai dengan selesai. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan tetap menerapkan protokol kesehatan sesuai aturan pemerintah. Materi yang disampaikan berkaitan dengan gambaran umum pemasaran dan pelatihan serta praktik pengemasan produk.

Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Kegiatan *Pre-Test*

Sebelum berlangsungnya kegiatan yang akan dilaksanakan, mitra diminta untuk mengisi kuisisioner *pre-test*. Dari pihak mitra yang mengisi kuisisioner berjumlah 3 orang yakni Sdr. Budiyo, Sdr. Mustofa, dan Sdr. Sujiono sebagai pegawai di usaha industri kecil sambel pecel Bu Karjo. Hasil dari *pre-test* menunjukkan bahwa Sdr. Budiyo mendapatkan nilai 60, Sdr. Mustofa mendapatkan nilai 50, dan Sdr. Sujiono mendapatkan nilai 70. Berdasar pada hasil *pre-test* diperoleh nilai rata-rata *pre-test* sebesar 60 yang menunjukkan pengetahuan para pegawai di industri kecil Sambel Pecel Bu Karjo akan pemasaran dan pengemasan produk cukup baik.

Pelaksanaan Pelatihan Pengemasan Produk

Kegiatan utama dalam pelatihan kami adalah bertujuan untuk mengembangkan pengemasan produk pada usaha mikro sambel pecel Bu Karjo di Jl. Sarean Kota Madiun. Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan pada 6 Desember 2020 dimulai pada pukul 13.00 WIB dengan diawali sesi pertama yaitu pengisian kuisisioner *pre-test*. Kemudian sesi kedua dilanjutkan dengan pemberian materi pemahaman kepada mitra tentang manajemen pemasaran, dan arti penting pengemasan produk. Mitra diajak memahami berbagai macam cara sederhana untuk memasarkan produknya di media sosial. Tim pengabdian menjelaskan pentingnya suatu kemasan dalam strategi serta inovasi pengemasan dalam rangka untuk meningkatkan penjualan. Kemudian sesi terakhir mitra diberikan kesempatan untuk melakukan pengemasan sambel pecel dengan kemasan yang menarik dan

lebih aman dengan praktik langsung. Desain kemasan serta alat dan bahan sudah disiapkan oleh tim pengabdian masyarakat. Berikut ini ditampilkan beberapa foto dokumentasi pada saat proses kegiatan pengabdian masyarakat.



Gambar 2. Dokumentasi Proses Kegiatan Abdimas

Selama kegiatan berlangsung pihak mitra sambel pecel Bu Karjo mengikuti penjelasan dan pelatihan dengan baik dan santai. Pihak mitra diberikan kesempatan untuk mengajukan beberapa pertanyaan terkait dengan masalah yang dihadapi oleh pihak mitra. Pada sesi kegiatan praktik pengemasan berlangsung pihak mitra mendapat banyak masukan terkait tata cara pengemasan produk Sambel Pecel agar menjadi lebih menarik. Mengingat produk pecel merupakan makanan yang memiliki jangka waktu tertentu maka pengemasan produk juga memperhatikan kualitas makanan yang dibungkus agar sampai dengan baik dan higienis ke tangan konsumen. Pada sesi ini selain praktik membuat pengemasan produk, tim pengabdian juga memberikan gambaran tentang pengemasan produk sambel pecel dari beberapa produsen lain sebagai pembandingan. Tim pengabdian

masyarakat juga menampilkan beberapa contoh produk sambel pecel yang sudah dikemas menarik yang dijual dan diiklankan pada media sosial dan juga *market place*. Pelatihan ini juga diharapkan membuka wawasan dari mitra tentang peluang memasarkan produknya di *market place*.

Berikut ini ditampilkan dokumentasi produk setelah dilakukan pelatihan pengemasan produk pada usaha mikro Sambel Pecel Bu Karjo Kota Madiun.



Gambar 3. Dokumentasi Pengemasan Produk Setelah Pelatihan

Kegiatan *Post-Test*

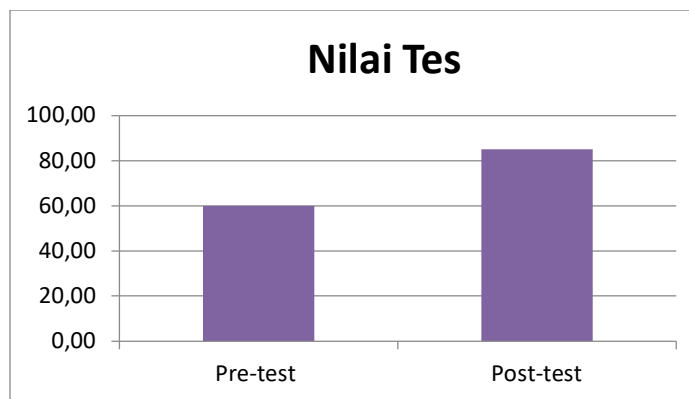
Sebelum kegiatan pelatihan ditutup pihak mitra diminta untuk kembali mengisi kuisioner *post-test*. Ringkasan hasil dari *post-test* kegiatan pelatihan yang sudah dilakukan sebagai berikut: Sdr. Budiyo mendapatkan nilai 80, Sdr. Mustofa mendapatkan nilai 85, Sdr. Sujiyono mendapatkan nilai 90. Nilai *post-test* mengalami kenaikan rata-rata dari sebelumnya *pre-test* sebesar 60 menjadi 85 pada nilai *post-test* pelatihan.

Secara umum nilai *post-test* mengalami peningkatan yang artinya terdapat tambahan pengetahuan bagi mitra pelatihan berkenaan dengan pemasaran dan pengemasan produk yang lebih menarik dan aman bagi usaha mikro sambel Pecel Bu Karjo Kota Madiun.

Evaluasi dan Diskusi

Kegiatan akhir dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah evaluasi dan pelaporan. Pelaporan berkaitan dengan pembuatan laporan akhir kegiatan dan draf publikasi kegiatan pengabdian masyarakat untuk publikasi ilmiah. Evaluasi kegiatan atas kegiatan pelatihan ini menunjukkan bahwa secara umum kegiatan pelatihan pengemasan produk bagi usaha mikro sambel pecel Bu Karjo ini berjalan dengan baik dan lancar, serta mendapatkan apresiasi dan antusiasme yang tinggi dari peserta kegiatan. Tidak ada kendala yang berarti dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Evaluasi atas dampak kegiatan bagi peserta pelatihan pengemasan produk Sambel Pecel Bu Karjo Kota Madiun tersaji pada gambar sebagai berikut.



Gambar 4. Nilai *Pre-Test* dan *Post-Test*

Dari nilai *pre-test* dan *post-test* dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan dari mitra berkaitan dengan pelatihan pengemasan produk sambel pecel. Hasil kegiatan pelatihan

ini diharapkan mampu menjawab masalah mitra yang berkaitan upaya meningkatkan inovasi pengemasan produk sambel pecel sebagai upaya meningkatkan penjualan produk sambel Bu Karjo sebagai salah satu produk pecel khas Kota Madiun, Jawa Timur.

Setelah dilakukan kegiatan pengemasan produk, tim pengabdian menilai adanya variasi dari penampilan luar kemasan produk sambel pecel Bu Karjo yang lebih menarik dipandang mata. Menurut Lidyasuwanti et al. (2017), inovasi atas desain dan tampilan produk perlu dilakukan secara berkelanjutan mengingat persaingan bisnis yang semakin ketat. Mengacu pada Wijaya et al. (2021) promosi produk pada media sosial dan *market place* membutuhkan penampilan kemasan yang menarik. Tim Pengabdian masyarakat berpendapat bahwa setelah dilakukan pelatihan pengemasan produk, tampilan produk pecel Bu Karjo Kota Madiun menjadi lebih menarik dibandingkan dengan sebelumnya. Qonita et al. (2021) menjelaskan bahwa sentuhan akademisi pada UMKM penting untuk memajukan pada UMKM di Indonesia. Tim pengabdian berpendapat bahwa kemasan produk Sambel Pecel yang menarik ini dapat menjadi awal yang baik untuk usaha mikro Bu Karjo ini menggunakan media sosial untuk promosi bahkan menunjang usaha *go digital* UMKM melalui *market place*. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat dilanjutkan dengan program lain yang mendukung program UMKM *go digital* yang dicanangkan oleh Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Kota Madiun.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk melakukan kegiatan pelatihan pengemasan produk pada mitra abdimas yaitu sambel pecel Bu Karjo yang merupakan industri rumahan (usaha mikro) yang terletak di Jl. Sarean 11B, Kecamatan Taman, Kota Madiun, Jawa Timur. Berdasarkan pada pembahasan dan evaluasi atas hasil *test* yang dijelaskan pada bagian sebelumnya disimpulkan bahwa melalui kegiatan ini

mitra mendapatkan tambahan pengetahuan tentang teknik pengemasan produk dan dapat mengaplikasi pengemasan produk yang baik pada usaha sambel pecel Bu Larjo Kota Madiun. Peserta pelatihan juga mendapatkan tambahan pengetahuan tentang pemasaran melalui media sosial dan juga *market place*.

Tim pengabdian masyarakat memberikan saran dan rekomendasi untuk pengabdian masyarakat ke depan, khususnya yang berkaitan dengan UMKM di Kota Madiun, antara lain: melakukan pembimbingan secara intensif kepada usaha mikro Sambel Pecel yang ada di Kota Madiun, tidak hanya pada kemasan, tetapi juga bagaimana memasarkan produk UMKM sambel pecel melalui media promosi terutama penggunaan media social. Kegiatan pengabdian masyarakat berikutnya disarankan untuk mendukung usaha UMKM di Kota Madiun untuk *go digital* dan dapat masuk ke *market place*. Pengabdian masyarakat selanjutnya juga dapat dikembangkan dengan memberikan pelatihan kepada jenis UMKM lain yang ada di Kota Madiun.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih dan penghargaan sebesar besarnya kami sampaikan kepada Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi pada Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia atas Bantuan Dana pada Program Talenta Inovasi Indonesia Tahun 2021.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadilla, R. I., Aryati, I., & Damayanti, R. (2019). Analisis Produk, Brand Image, Dan Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Roti Wonder Bakery di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01). <https://doi.org/10.29040/jie.v3i01.411>
- Lidyasuwanti, A. (2017). Pengaruh Kemasan, Brand Image Dan Brand Trust

- Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Pancake Durian Sharie Radjanya Di Kota Mataram. *Jmm Unram - Master Of Management Journal*, 6(2). <https://doi.org/10.29303/jmm.v6i2.105>
- Qonita, R. A., Khomah, I., Riptanti, E. W., & Setyowati, N. (2021). Perbaikan kemasan Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Produk Ukm Murni Snack. *Kawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 320–327.
- Sriningsih, S., Sutanto, H., & Sujadi, S. (2021). Pelatihan Peningkatan Jumlah Produksi Dan Peningkatan Nilai Tambah Produk Pada Usaha Jajanan Kering. *Jurnal Abdimas Independen*, 2(1), 86–96. <https://doi.org/10.29303/independen.v2i1.45>
- Sulistiono, S., & Mulyana, M. (2021). Pelatihan Pengembangan Merek Dan Kemasan Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), 87–96. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v1i2.512>
- Swasty, W., Rahman, Y., & Fadilla, A. N. (2019). Pelatihan Kemasan Produk Kuliner Yang Persuasif Bagi Koperasi Dan Ukm Kabupaten Bandung. *Charity*, 2(1). <https://doi.org/10.25124/charity.v2i1.2067>
- Wijaya, A. L., Fauziah, M. N., & Pangastuti, P. K. (2021). Pelatihan Pengemasan Produk dan Pengelolaan Akun Marketplace pada Usaha Mikro " Namida " Masker Magetan. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 150–154.
- Wiliani, N., Feta, N. R., & ... (2021). Pengenalan Pengenalan Desain Produk dan Packaging pada UMKM Karang Taruna Bogor. *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, 3(1), 3–8. <http://ejournal.nusamandiri.ac.id/index.php/abdimas>.