



Peningkatan Kualitas *Packaging* Produk UMKM Keripik Pisang Di Desa Nagrog Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen Yang Luas

Agung Gunawan¹, Syahrul Nur Aziz², Wijdan Miftahul Khoir³ Gina Giftia Azmiana Delilah⁴

¹Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: agunggunawan0021@gmail.com

²Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: azizsyahrulnur@gmail.com

³Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: wijdanmkh1@gmail.com

⁴Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: ginagiftia@uinsgd.ac.id

Abstrak

Pisang merupakan tanaman yang dapat tumbuh di lingkungan tropis seperti Indonesia. Di Indonesia, pisang merupakan tanaman yang biasa dikonsumsi setiap hari, mulai dari konsumsi langsung hingga pengolahan khusus, sehingga sangat digemari masyarakat. Pendampingan dan pembuatan keripik pisang di Desa Nagrog adalah dengan memanfaatkan buahnya yang belum matang dengan cara mengupasnya lalu meniris tipis-tipis, menggorengnya dan terakhir proses pengemasan produk. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas kemasan produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) keripik pisang di Desa Nagrog agar dapat meningkatkan penjualan dan memperluas daya tarik konsumen. Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk Kuliah Kerja Nyata (KKN) oleh mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, pendampingan teknis, serta pelatihan pengemasan modern dengan menambahkan elemen branding seperti logo, informasi produk, dan desain yang menarik. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kemasan yang lebih estetik dan fungsional mampu meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar produk keripik pisang. UMKM yang terlibat dalam program ini berhasil meningkatkan kualitas kemasan secara signifikan, yang berdampak pada peningkatan daya tarik produk dan penerimaan yang lebih luas di pasar lokal dan nasional.

Kata Kunci: UMKM, keripik pisang, kemasan

Abstract

Bananas are plants that can grow in tropical environments like Indonesia. In Indonesia, bananas are a plant that is usually consumed every day, from direct consumption to special processing, so they are very popular with the public. The assistance and making of banana chips in Nagrog Village is to use the unripe fruit by peeling it, then slicing it into thin pieces, frying it and finally the product packaging process. This research aims to improve the quality of packaging for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) products for banana chips in Nagrog Village in order to increase sales and expand consumer appeal. This activity was carried out in the form of Real Work Lectures (KKN) by UIN Sunan Gunung Djati Bandung students. The methods used include outreach, technical assistance, and training on modern packaging by adding branding elements such as logos, product information, and attractive designs. The results of the activity show that more aesthetic and functional packaging can increase sales and expand the market reach of banana chips products. MSMEs involved in this program succeeded in significantly improving packaging quality, which resulted in increased product attractiveness and wider acceptance in local and national markets.

Keywords: *MSMEs, banana chips, packaging*

A. PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata atau KKN merupakan sebuah kegiatan akademik yang dilakukan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam bentuk pengabdian Kepada masyarakat dengan bimbingan dari dosen pembimbing lapangan. KKN di UIN Sunan Gunung Djati Bandung ini dilakukan dengan metode pemberdayaan masyarakat atau Sisdamas (Berbasis Pemberdayaan Masyarakat). Teknisnya dilakukan secara offline dan ditempatkan sesuai yang telah ditentukan, yaitu di Desa Nagrog, Kecamatan Cicalengka, kabupaten Bandung, provinsi Jawa Barat.

Nagrog adalah desa di kecamatan Cicalengka, terletak disebelah timur wilayah Kabupaten Bandung, berjarak lebih kurang 55 kilometer dari pusat ibukota Kabupaten Bandung yang berkedudukan di Soreang, atau berjarak lebih kurang 20 kilometer dari UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Desa Nagrog merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi dalam memanfaatkan sumber daya alam salah satunya yang berbahan dasar dari pisang sehingga menjadikan daerah tersebut sebagai daerah yang memiliki potensi di bidang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang dilakukan oleh perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha. UMKM berperan penting dalam membantu menunjang perekonomian di

Indonesia dalam jumlah dan kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja, manajemen yang sederhana dan modal yang terbatas bagi masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi kami bahwasanya Desa Nagrog memiliki potensi untuk mengembangkan usaha makanan ringan konsumtif yaitu keripik pisang, karena pisang banyak ditemukan di perkebunan ataupun di pekarangan rumah milik warga. Selain itu juga pisang adalah salah satu buah yang digemari oleh warga, oleh karena rasanya enak, khasiat dan kandungan gizi yang tinggi. Maka dari itu pisang yang kemudian dimanfaatkan mampu menghasilkan ladang usaha, yakni salah satunya keripik pisang. Adapun yang menjadi mitra dalam pelaksanaan program kerja ini adalah salah satu pelaku UMKM yaitu Kripik Pisang Wa Atin yang berlokasi di kampung Cisepang RW 06, Desa Nagrog.

Salah satu UMKM yang terdapat di kelurahan Nagrog adalah Kripik Pisang Wa Atin. Usaha Kripik Pisang Wa Atin memiliki potensi yang cukup besar di bagian pemasaran, tetapi kurangnya promosi serta kurangnya kualitas kemasan (packaging) usaha tersebut kurang berkembang. Selain itu, mahasiswa KKN membantu mitra untuk melakukan pembaharuan pada kemasan (packaging) serta pemasarannya dengan meningkatkan sistem promosi dan menambahkan logo pada kemasan kripik pisang. Kemasan produk (packaging) merupakan unsur penting dalam mempengaruhi konsumen dan banyaknya penjualan pada produk UMKM. Tujuan kegiatan KKN ini adalah untuk mengetahui strategi yang tepat dalam meningkatkan penjualan dan daya tarik konsumen dari produk Keripik Pisang Wa Atin RW 06 Kelurahan Nagrog.

Hal ini yang menjadi dasar kelompok KKN 218 UIN Sunan Gunung Djati Bandung membuat artikel dengan judul "*PENINGKATAN KUALITAS PACKAGING PRODUK UMKM KERIPIK PISANG DI DESA NAGROG UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN YANG LUAS*" yang bermitra pada salah satu pelaku UMKM di desa Nagrog.

B. METODE PENGABDIAN

KKN Sisdamas dilaksanakan sesuai Jadwal KKN. Berdasarkan hitungan waktu tersebut, peserta KKN dan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) memastikan bahwa tahapan KKN 2024 dapat dilaksanakan menggunakan alokasi waktu yang tersedia. **Tahapan Awal: Sosialisasi Awal, Rembug Warga dan Refleksi Sosial (Soswal, RW & Refso)** Merupakan proses awal dalam siklus KKN 2024. Siklus ini dilaksanakan sebagai

upaya pembelajaran sosial bagi peserta KKN sebagai pihak akademisi, sehingga membuka ruang bagi masyarakat untuk memahami tahapan-tahapan siklus pemberdayaan sebagai pembelajaran dalam menguatkan sinergitas bersama pihak akademisi baik pada aspek sosial, ekonomi, maupun lingkungan. Ini membantu menentukan proses pengambilan keputusan masyarakat dalam berkehendak untuk menerima atau menolak KKN 2024. Oleh karena itu Kepala Dusun dan RW menjadi proses awal dari pengejawantahan pembangunan partisipatif, karena masyarakat menjadi penentu apakah mereka akan melakukan upaya perubahan sosialnya sendiri. Komitmen yang disepakati oleh masyarakat berimplikasi kepada beberapa konsekuensi yang harus dijalankan oleh mereka seperti: mengikuti pertemuan-pertemuan untuk melaksanakan setiap proses tahapan siklus, adanya motor penggerak yang bekerja dengan sukarela, kesediaan untuk bekerjasama dari berbagai pihak (tokoh masyarakat, tokoh agama, tokohwanita, tokoh pemuda aparat pemerintah setempat, dll), menyediakan dana swadaya untuk berbagai pertemuan tahapan siklus. Penyeepakatan dalam bentuk ketetapan bersama setelah sosialisasi awal ini yang menjadi pokok dari output dari Rembug Warga. **Tahapan Kedua: Pemetaan Sosial dan Pengorganisasian Masyarakat (Pesos dan Orgamas)** Pemetaan sosial ialah proses pengumpulan informasi secara sistematis mengenai berbagai aspek sosial, ekonomi, budaya, dan politik dalam suatu komunitas atau wilayah tertentu. Ini mencakup identifikasi potensi, kebutuhan, masalah, dan sumber daya yang dimiliki oleh masyarakat. Salah satu ahli yang membahas konsep ini adalah John Friedmann, dalam bukunya "Planning in the Public Domain: From Knowledge to Action" (1987). Friedmann menjelaskan pentingnya memahami konteks sosial untuk merencanakan intervensi yang efektif di tingkat komunitas. Tujuan dilakukannya Pemetaan Sosial dan Pengorganisasian Masyarakat (Pesos dan Orgamas) dalam agenda KKN SISDAMAS adalah untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai kondisi sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat di Desa Nagrog. Dengan melakukan pemetaan sosial, mahasiswa dapat mengidentifikasi potensi, kebutuhan, serta masalah yang dihadapi oleh masyarakat secara lebih akurat. Hal ini penting agar program kerja yang dirancang, seperti pendampingan terhadap pelaku UMKM, dapat disesuaikan dengan kondisi nyata di lapangan dan memberikan dampak yang lebih efektif. Sementara itu, pengorganisasian masyarakat bertujuan untuk melibatkan masyarakat secara aktif dalam proses perencanaan dan pelaksanaan program. Dengan memberdayakan masyarakat, program yang dijalankan tidak hanya

menjadi kegiatan jangka pendek, tetapi juga dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan.

Kemudian, **Tahap Ketiga: Perencanaan Partisipatif dan Sinergi Program (Cantif dan Sipro)** Program ini dikembangkan berdasarkan hasil kajian masalah (kebutuhan) dan analisa potensi dalam Pemetaan Sosial secara swadaya. Walaupun siklus ini merupakan siklus lanjutan dari pemetaan sosial akan tetapi pelaksanaannya setelah pengorganisasian masyarakat dan pengembangan Pokja. Dalam tahap ini, dilakukan sensus penduduk sebagai langkah awal untuk mengumpulkan data yang komprehensif mengenai jumlah, demografi, kondisi sosial-ekonomi penduduk Desa Nagrog. Data yang diperoleh dari sensus ini menjadi dasar untuk merumuskan program-program yang tepat sasaran dan sesuai dengan realitas di lapangan. Melalui pendekatan partisipatif, masyarakat dilibatkan langsung dalam proses perencanaan, sehingga program yang disusun tidak hanya relevan, tetapi juga mendapat dukungan penuh dari masyarakat. Sinergi antara data sensus dan partisipasi masyarakat memastikan bahwa program yang dijalankan akan lebih efektif dan berkelanjutan. **Tahap Keempat: Pelaksanaan Program (Pepro) dan Monitoring Evaluasi (Monev)** Fase di mana rencana kerja yang telah disusun direalisasikan. Pada tahap Pelaksanaan Program (Pepro), mahasiswa bekerja sama dengan masyarakat untuk menjalankan beberapa agenda, seperti edukasi pencegahan stunting, pelaksanaan posyandu rutin, atau program lainnya yang sesuai dengan kebutuhan lokal. Selama pelaksanaan, peran mahasiswa tidak hanya sebagai fasilitator tetapi juga sebagai pendamping masyarakat, memastikan bahwa setiap kegiatan berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Terakhir **Monitoring dan Evaluasi (Monev)** dilakukan secara berkala untuk mengukur efektivitas program yang dijalankan. Monitoring bertujuan untuk mengidentifikasi kendala atau hambatan yang muncul selama pelaksanaan, sehingga dapat segera diatasi untuk menjaga kelancaran program.

Pelaksanaan kuliah kerja nyata (KKN) ini yang dilaksanakan menggunakan metode berbasis pemberdayaan masyarakat yang mengutamakan peran penting dari masyarakat. Kegiatan ini dilaksanakan mulai tanggal 28 juli - 31 Agustus 2024, pada pemberdayaan masyarakat ini juga melalui keterlibatan aktif dan kolaborasi antara mahasiswa dan masyarakat dalam rangka pembangunan. Metode ini digunakan untuk memahami dan membantu menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi oleh

masyarakat lokal dengan cara yang partisipatif. Metode sisdamas melibatkan beberapa tahap yang memungkinkan mahasiswa dan masyarakat untuk bekerja sama dalam mencari solusi terbaik untuk masalah yang dihadapi. Tahapan pelaksanaan pendampingan ini direncanakan sebagai berikut :

2.1 Sosialisasi dan Koordinasi

Kegiatan ini dilaksanakan sebelum memulai aktivitas pembuatan kripik pisang yang ada di desa nagrog di rw 06, pada kegiatan ini disampaikan rencana awal hingga akhir termasuk outcome dari kegiatan pengabdian. Kegiatan diskusi dan koordinasi selanjutnya dilaksanakan secara berkala selama kegiatan KKN.

2.2 Pendampingan

Pendampingan dilakukan secara langsung di tempat pembuatan kripik pisang dan rumah pemilik UMKM kripik pisang bertepatan di rw 06 yaitu mendampingi bagaimana untuk digital marketing yang kripik pisang ini bukan dijual untuk didaerah desa nagrog saja. Tim KKN juga membuka diri untuk pendampingan secara tidak langsung, misalnya komunikasi melalui whatsapp pribadi.

C. PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan ini bertujuan untuk membantu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Nagrog, khususnya produsen keripik pisang, dalam meningkatkan kualitas kemasan (packaging) produk mereka. Dengan meningkatkan kualitas packaging, diharapkan produk keripik pisang yang dihasilkan oleh UMKM setempat dapat memiliki daya tarik lebih tinggi di pasar, meningkatkan jangkauan konsumen, dan membantu pelaku usaha bersaing lebih baik di pasar lokal maupun nasional.

Pelaksanaan kegiatan "Peningkatan Kualitas Packaging Produk UMKM Keripik Pisang di Desa Nagrog " dilakukan melalui beberapa tahapan yang terstruktur dan melibatkan berbagai pihak terkait. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik produk keripik pisang agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Berikut adalah tahapan pelaksanaan kegiatan tersebut:

1. Sosialisasi dan Pendampingan Awal

Tahap pertama dari pelaksanaan kegiatan adalah sosialisasi mengenai pentingnya kualitas kemasan dalam menarik minat konsumen. Sosialisasi dilakukan oleh tim pelaksana kepada para pelaku UMKM di Desa Nagrog, dengan memberikan pemahaman tentang peran packaging yang menarik dan fungsional dalam pemasaran produk. Pada tahap ini, pelaku UMKM diajak untuk berdiskusi mengenai kendala yang selama ini dihadapi terkait dengan pengemasan produk.

2. Analisis Kebutuhan dan Desain Kemasan

Setelah sosialisasi, dilakukan analisis terhadap kebutuhan dan kondisi kemasan yang ada. Proses ini melibatkan pengumpulan data mengenai jenis kemasan yang saat ini digunakan, serta preferensi konsumen terkait tampilan kemasan. Berdasarkan hasil analisis, tim desain bekerja sama dengan para pelaku UMKM untuk merancang kemasan yang tidak hanya estetis, tetapi juga melindungi produk dengan baik dan ramah lingkungan.

3. Pelatihan dan Teknis Pengemasan

Setelah desain kemasan selesai, pelatihan teknis pengemasan dilakukan untuk para pelaku UMKM. Pelatihan ini meliputi penggunaan alat-alat pengemasan yang lebih modern, teknik sealing, hingga pemilihan material kemasan yang tepat. Para pelaku UMKM diberi kesempatan untuk mempraktikkan langsung proses pengemasan dengan bimbingan dari tim ahli, sehingga mereka dapat menguasai teknik yang diperlukan.

4. Produksi dan Implementasi Kemasan Baru

Setelah pelatihan teknis, pelaku UMKM mulai memproduksi kemasan baru sesuai dengan desain yang telah disepakati. Pada tahap ini, para pelaku UMKM dibantu dalam proses pengadaan bahan kemasan serta alat-alat yang dibutuhkan untuk produksi massal. Produk keripik pisang mulai dikemas dengan kemasan baru dan didistribusikan ke pasar lokal dan regional untuk mendapatkan umpan balik dari konsumen.

5. Promosi dan Pemasaran Produk

Sebagai bagian dari upaya peningkatan daya tarik konsumen, produk keripik pisang dengan kemasan baru dipromosikan melalui berbagai kanal pemasaran, baik online maupun offline. Kegiatan promosi melibatkan penyebaran brosur, pemanfaatan media sosial, serta partisipasi dalam pameran UMKM lokal. Diharapkan dengan kemasan yang lebih menarik, produk keripik pisang dari Desa

Nagrog dapat menarik perhatian konsumen dari segmen pasar yang lebih luas. Dengan pelaksanaan kegiatan ini, diharapkan para pelaku UMKM di Desa Nagrog mampu meningkatkan kualitas pengemasan produk mereka, sehingga dapat bersaing di pasar yang lebih kompetitif serta meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk keripik pisang.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program Peningkatan Kualitas Packaging Produk UMKM Keripik Pisang di Desa Nagrog telah menghasilkan berbagai dampak positif terhadap kualitas kemasan dan penerimaan produk di pasar. Beberapa hasil yang dicapai dari kegiatan ini adalah sebagai berikut:

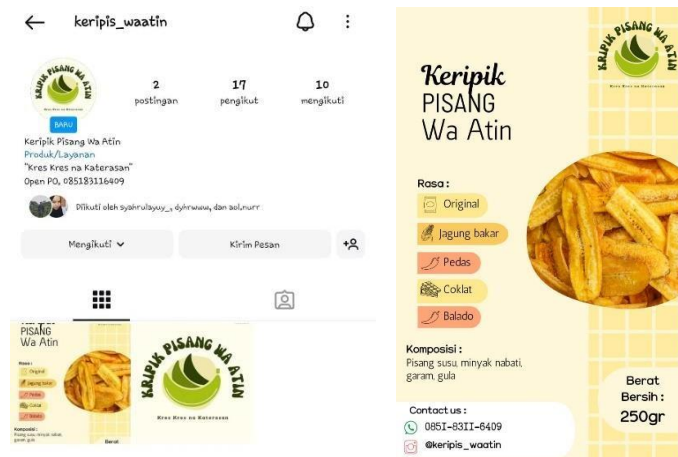
1. **Kemasan Baru Yang Lebih Menarik**
Setelah pelatihan dan implementasi desain kemasan baru, produk keripik pisang dari UMKM di Desa Nagrog kini menggunakan kemasan yang lebih modern, menarik, dan fungsional. Kemasan yang digunakan sudah sesuai dengan prinsip-prinsip branding, dengan desain yang mencantumkan logo, nama produk, serta informasi penting seperti komposisi, tanggal kadaluwarsa, dan sertifikasi halal. Warna-warna cerah dan menarik juga dipilih untuk menambah daya tarik visual produk di rak-rak toko.
2. **Peningkatan Kualitas Pengemasan**
Selain aspek visual, kualitas teknis dari kemasan juga meningkat secara signifikan. Kemasan baru menggunakan material yang lebih tahan terhadap kelembapan, yang membantu menjaga kerenyahan keripik pisang lebih lama. Teknik pengemasan yang lebih baik, seperti penggunaan alat sealing otomatis, juga mengurangi risiko udara masuk, yang dapat menyebabkan kerusakan pada produk. Hal ini terbukti dari peningkatan umur simpan produk yang lebih lama dan pengurangan keluhan konsumen terkait produk yang melemem.
3. **Ekspansi Pasar**
Dengan kemasan baru yang lebih profesional, produk keripik pisang dari Desa Nagrog berhasil menjangkau pasar yang lebih luas. Produk ini sekarang telah tersedia di berbagai toko oleh-oleh dan pasar modern di kota terdekat, bahkan sudah mulai dipasarkan secara online. Platform *e-commerce* lokal menjadi salah satu media pemasaran baru yang memungkinkan UMKM menjual produk mereka

ke konsumen di luar daerah dengan lebih mudah.

4. Hasil



Gambar 1: Packaging



Gambar 2 : E- Commerce (Pemasaran)

Hasil dari pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas packaging tidak hanya mempengaruhi tampilan produk secara estetis, tetapi juga berperan besar dalam menjaga kualitas produk dan menarik minat konsumen. Beberapa poin pembahasan dari hasil kegiatan ini antara lain:

1. Keterkaitan antara Kemasan dan Daya Tarik Produk

Kemasan yang baik berperan penting dalam menciptakan kesan pertama bagi konsumen. Dalam konteks UMKM, kemasan sering kali menjadi salah satu cara utama untuk membedakan produk dari kompetitor, terutama di pasar yang sudah jenuh dengan produk serupa. Peningkatan kemasan keripik pisang ini berhasil menciptakan daya tarik baru, yang menjadi faktor pendorong peningkatan penjualan.

2. Tantangan dalam Konsistensi Produk

Meskipun program ini telah berhasil meningkatkan kualitas kemasan dan penjualan, tantangan utama yang masih dihadapi adalah konsistensi produksi. Beberapa pelaku UMKM mengaku masih menghadapi kendala dalam pengadaan material kemasan secara rutin, terutama karena keterbatasan modal dan akses terhadap pemasok. Oleh karena itu, perlu adanya pendampingan lanjutan agar pelaku UMKM dapat menjaga standar kemasan mereka secara berkelanjutan.

3. Potensi Pengembangan Produk

Keberhasilan program ini membuka peluang untuk pengembangan produk lebih lanjut, seperti diversifikasi rasa keripik pisang dan inovasi kemasan yang ramah lingkungan. Dengan adanya pasar yang lebih luas, UMKM Desa Nagrog diharapkan mampu terus berinovasi dalam hal kualitas produk dan kemasan, sehingga dapat mempertahankan daya saing di pasar. Keberhasilan program ini membuka peluang untuk pengembangan produk lebih lanjut, seperti diversifikasi rasa keripik pisang dan inovasi kemasan yang ramah lingkungan. Dengan adanya pasar yang lebih luas, UMKM Desa Nagrog diharapkan mampu terus berinovasi dalam hal kualitas produk dan kemasan, sehingga dapat mempertahankan daya saing di pasar.

Secara keseluruhan, program Peningkatan Kualitas Packaging Produk UMKM Keripik Pisang di Desa Nagrog berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan daya tarik produk, memperluas pasar, serta memberikan manfaat langsung kepada para pelaku UMKM. Namun, untuk keberlanjutan dan kesuksesan jangka panjang, perlu adanya dukungan berkelanjutan dalam aspek pengadaan material kemasan dan pengembangan produk.

E. PENUTUP

Dengan demikian program kerja Peningkatan Kualitas Packaging Produk Umkm Keripik Pisang di Desa Nagrog Untuk Meningkatkan Daya Tarik di Desa Nagrog Cicalengka berhasil dilaksanakan dengan output kualitas kemasan untuk keripik pisang di Desa Nagrog telah meningkatkan daya tarik produk dan jangkauan pasar secara signifikan, yang menunjukkan peran penting kemasan yang efektif dalam menarik konsumen dan menjaga kualitas produk. Dukungan berkelanjutan dalam pengadaan material dan pengembangan produk sangat penting untuk mempertahankan pencapaian ini dan memastikan keberhasilan jangka panjang bagi usaha kecil dan menengah setempat.

F. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan oleh penulis kepada seluruh peserta pengabdian kelompok 218, pada masyarakat sebagai pelaku UMKM, BUMDES Desa Nagrog yang telah memberi dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, selain itu kami juga mengucapkan terimakasih kepada Desa Nagrog yang

telah memberikan dukungan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana. Semoga kerjasama dan kontribusi kita semua dapat terus berlanjut dalam mendukung berkembangnya Desa Nagrog.

G. DAFTAR PUSTAKA

Aryani, M., Septika, B. H., Krisnahadi, T., & Ilhamalimy, R. R. (2022). Pelatihan Pengemasan dan Labeling Produk untuk Meningkatkan Kemampuan Manajemen Pemasaran bagi UKM Kale Cookies. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA: Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan Kepada Masyarakat*, 3(3): 577-583.

Hidayatulloh, A. H., Kristiana, R. D., Prabowo, A., Geza H, A., Muflihati, I., & Suhendriani, S. (2022). Penerapan online & offline marketing terstruktur serta perbaikan desain kemasan guna meningkatkan daya saing UMKM King Keripik

di Kabupaten Batang. *Riau Journal of Empowerment*, 5(1), 1-12.
<https://doi.org/10.31258/raje.5.1.1-12>.

Ratnaningtyas, H., Maulana, A., & Nofiyanti, F. (2023). Pengembangan Usaha Keripik Pisang Kelompok Anggrek Karya Cacat Bersama Kampung Beting Muara Gembong Bekasi. *Rahmat Ingkadijaya Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 5(1), 41-52.
<https://doi.org/10.30647/jpp.v30647/jpp.v5i1.1705>.

Mahuda, I., Kusuma, A. C., & Meilisa, R. (2021). Pengenalan Dan Pendampingan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Bagi Pelaku Umkm Di Kelurahan Lialang-Serang. *Indonesian Journal of Engagement, Comunity Services, Empowerment and Development*, 1(1), 50-5w