

## **PELATIHAN PEMASARAN DAN PENGEMASAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PRODUK SAYURAN**

**Eva Dolorosa<sup>1</sup>, Siti Sawerah<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi S2 Magister Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tanjungpura, Jl. Prof. Dr. H. Hadari Nawawi, Bansir Laut, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat 78124

<sup>2</sup>Program Studi S1 Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tanjungpura, Jl. Prof. Dr. H. Hadari Nawawi, Bansir Laut, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat 78124

<sup>2</sup>e-mail sitisawerah@faperta.untan.ac.id

### **Abstrak**

Kelompok wanita tani Mawar yang ada di Desa Sungai Dungun Kecamatan Sungai Kunyit sebagian besar mengembangkan usaha sayuran. Hingga saat ini hasil panen hanya dijual di pasar tradisional tanpa kemasan dengan harga yang relatif murah, sehingga perlu dibimbing untuk menembus pasar dan kemasan menarik. Oleh karena itu pelatihan strategi pemasaran dan pengemasan penting untuk dilakukan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan wanita tani dalam pengemasan produk. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan pendapatan anggota kelompok wanita tani melalui pemasaran produk sayuran. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan pada Kelompok Wanita Tani Mawar yang ada di Desa Sungai Dungun Kecamatan Sungai Kunyit Kabupaten Mempawah. Metode pelaksanaan dilakukan dengan penyuluhan dan pelatihan dengan tahapan orientasi, tatap muka, penyuluhan, pelatihan dan evaluasi. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa adanya peningkatan pemahaman anggota KWT terhadap konsep dasar pemasaran sebesar 25%, anggota KWT juga memahami cara-cara dan jenis pengemasan sayuran yang menarik serta adanya peningkatan pemahaman terhadap penggunaan waktu dan biaya yang digunakan dalam melakukan pengemasan produk sayuran.

**Kata Kunci:** pelatihan, pemasaran, pengemasan, sayuran

### **Abstract**

*The group of women farmers 'Mawar' in Sungai Dungun Village, Sungai Kunyit District, mostly develops vegetable businesses. Until now, the harvest is only sold in traditional markets without packaging at relatively cheap prices, so guidance is needed to penetrate the market with attractive packaging. Therefore, marketing and packaging strategy training is important to carry out. This activity aims to increase the knowledge and skills of women farmers in product packaging, and then, this activity also aims to increase the income of women farmer group members through marketing vegetable products. Community Development Services Activities implemented in the Women's Farmer Group 'Mawar' in Sungai Dungun Village Sungai Kunyit District Mempawah Regency. The method used is counseling and training with stages of orientation, face to face, counseling, training and evaluation. The results of the training showed that there was an increase in KWT members' understanding of basic marketing concepts by 25%, KWT members also understand interesting ways and types of vegetable packaging, and there is an increased understanding of the time and costs used in packaging vegetable products.*

**Keywords:** marketing, packaging, training, vegetable

## **PENDAHULUAN**

Penanganan pasca panen, terutama pengemasan merupakan hal yang sangat penting dalam penjualan suatu produk. Hal ini dikarenakan pengemasan memberikan banyak manfaat, terutama berfungsi untuk melindungi produk dari kerusakan saat penyaluran, penyimpanan maupun saat display penjualan (Putra & Nafturahma, 2023; Safirin et al., 2023) Selain sebagai pelindung, pengemasan juga membuat tampilan produk memiliki keunikan tersendiri sehingga konsumen bisa membedakan dengan produk kompetitor lainnya. Fungsi pengemasan juga dikemukakan oleh (Putu Suardana et al., 2019; Widiati, 2020) yaitu 1) fungsi melindungi produk agar tidak mudah rusak, 2) fungsi informasi dan komunikasi, 3) fungsi penyimpanan produk agar produk mudah disimpan dan efisien dalam menghemat ruang, sehingga mudah ditata dan diletakkan, dan 4) fungsi identifikasi, dalam hal ini dapat menggunakan elemen-elemen desain.

Manfaat lain yang juga tak kalah penting dengan dilakukannya pengemasan adalah dapat mendorong peningkatan volume penjualan produk. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh (Maryama, 2018; Widiati, 2020), bahwa kemasan selain sebagai pembeda antar produk, juga berfungsi sebagai alat yang dapat mendorong peningkatan penjualan. Adanya pengemasan yang menarik akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut. Sebagaimana beberapa hasil penelitian, di antaranya dilakukan oleh (Budiningsih et al, 2017; Darmawan, 2017; Herawati & Muslikah, 2020; Mulyadi, 2018; Setiawati & Rudolf, 2017) mengkonfirmasi bahwa pengemasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Meskipun banyak manfaat yang diperoleh dengan pengemasan, namun masih banyak pelaku usaha tani yang belum menerapkannya. Seperti yang terjadi pada pelaku usaha tani di Desa Sungai Dungun Kecamatan Sungai Kunyit Kabupaten Mempawah. Pelaku usaha tani di desa ini mengembangkan usaha pertanian sayuran daun dan sayuran buah. Hasil panen yang diperoleh selama ini hanya dijual begitu saja tanpa dilakukan penanganan paskapanen seperti pengemasan. Hal ini menyebabkan pemasaran hasil panen hanya dapat menjangkau pasar tradisional di sekitar desa tersebut, belum dapat menembus

pasar modern. Hasil panen juga dijual dengan harga yang relatif rendah karena belum bisa bersaing dengan produk lainnya. Kondisi yang demikian diakibatkan karena sebagian besar pelaku usaha tani di desa ini belum memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk melakukan pengemasan yang baik dan benar. Mengingat produk sayuran daun dan sayuran buah juga mudah rusak, maka dari itu sangat diperlukan pelatihan pengemasan hasil panen kepada pelaku usaha tani di desa tersebut.

Kecamatan Sungai Kunyit Kabupaten Mempawah akan berkembang semakin pesat kedepannya, dikarenakan adanya pembangunan Pelabuhan Internasional Kijing. Oleh karena itu untuk sektor pertaniannya, Desa Sungai Dungun Kecamatan Sungai Kunyit Kabupaten Mempawah diisukan akan dijadikan “Gerbang Tani”. Masyarakat desa tersebut sebagian mengembangkan usaha sayuran daun dan sayuran buah. Usaha ini dikelola oleh ibu-ibu yang tergabung dalam kelompok wanita tani, salah satunya KWT Mawar.

Pemasaran hasil panen selama ini hanya dijual di pasar tradisional dengan harga yang relatif rendah. KWT belum memasarkan produk sayurinya di pasar lain dan hasil panen belum dilakukan pengemasan yang baik dan menarik. Mengingat produk sayuran daun dan buah juga mudah rusak maka sangat perlu penanganan yang benar. Di sisi lain juga memperhatikan perkembangan wilayah tersebut yang akan semakin pesat, memberikan peluang pemasaran yang semakin besar. Oleh karena itu produk KWT tersebut harus memiliki keunggulan dibanding yang lainnya. Adapun solusi dari permasalahan tersebut pertama melalui edukasi terkait strategi pemasaran yang dilanjut dengan pelatihan atau praktek pengemasan pada produk sayuran yang dikelola oleh KWT Mawar (Darmawan, 2017; Maryama S., 2018; Mulyadi, 2018; Zen et al., 2017)

Berdasarkan kondisi yang demikian, maka pelatihan strategi pemasaran dan pengemasan perlu dilakukan, mengingat wanita tani belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam penanganan maupun pengemasan hasil panen. Untuk itu diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sebagai bentuk usaha mendukung peningkatan kualitas hasil panen pelaku usaha tani. Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada

pelaku usaha tani mengenai strategi pemasaran dan pengemasan yang baik dan menarik. Target capaian dari kegiatan ini adalah peningkatan pemahaman/pengetahuan terhadap strategi pemasaran dan peningkatan keterampilan dalam pengemasan produk sayuran.

## **METODE**

Metode kegiatan yang digunakan dalam bentuk penyuluhan dan pelatihan. Adapun yang menjadi sasaran dalam kegiatan ini adalah anggota kelompok wanita tani Mawar. Tahap kegiatan antara lain orientasi awal, tatap muka penyampaian materi dan praktek/pelatihan. Orientasi awal, yaitu menentukan lokasi kegiatan. Lokasi yang direncanakan sebagai tempat pelaksanaan kegiatan PKM adalah Desa Sungai Dungun Kecamatan Sungai Kunyit Kabupaten Mempawah; selanjutnya dengan tatap muka dilaksanakan di rumah wanita tani yang telah disepakati. Adapun materi yang disampaikan meliputi: 1) Manfaat pengemasan pada hasil panen sayuran daun dan buah, 2) Strategi pemasaran, 3) Variasi penanganan pasca panen.

Setelah penyampaian materi tahapan selanjutnya adalah praktek/pelatihan. Praktek/pelatihan dilakukan di salah satu rumah wanita tani yang telah disepakati oleh kelompok KWT dan pelaksana PKM. Keperluan alat dan bahan akan disediakan oleh tim pelaksana PKM. Adapun tahapan akhir dari kegiatan tersebut adalah rancangan evaluasi. Evaluasi akan dilakukan dengan cara menilai kemampuan petani sebelum dan sesudah dilakukan penyuluhan dan pelatihan. Hal ini dilakukan dengan alat bantu satu di antaranya melalui pengisian angket yang telah disiapkan oleh tim pelaksana PKM. Adapun kriteria evaluasi yang digunakan adalah: 1) Respon wanita tani dalam menerima materi sebagai pengetahuan baru yaitu dengan melihat antusias tidaknya masyarakat dalam mengikuti kegiatan ini, 2) Kemampuan wanita tani dalam memahami strategi pemasaran, 3) Kemampuan wanita tani dalam memahami pentingnya pengemasan dan manfaatnya terhadap kualitas hasil panen serta peningkatan pendapatan, 4) Kemampuan wanita tani dalam memahami tahapan melakukan praktek pengemasan, 5) Ada tidaknya kemauan wanita tani untuk terus melakukan dan menerapkan hasil pelatihan ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektivitas pelaksanaan kegiatan PKM dapat terlihat dari antusias anggota dan dukungan dari berbagai pihak. Anggota KWT yang menghadiri kegiatan pelatihan mencapai 73,33% dan sebagian besar hadir lebih awal dari waktu yang telah ditentukan. Adapun kehadiran peserta PKM dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

**Tabel 1 Persentase Kehadiran Anggota KWT Mawar pada Kegiatan PKM**

Uraian	Jumlah	Persentase
Hadir	22	73,33
Tidak Hadir	8	26,67
Total	30	100

Selain dihadiri anggota kelompok wanita tani Mawar, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini juga dihadiri oleh para penyuluh dan kepala desa yang bertugas di desa tersebut. Penyuluh yang hadir pada saat kegiatan tersebut sebanyak tiga orang. Adapun kondisi anggota KWT saat mengikuti kegiatan PKM dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.



**Gambar 1 Sikap antusias anggota KWT mengikuti kegiatan PKM**

Anggota KWT Mawar terdiri dari berbagai kalangan usia, berbagai tingkat pendidikan dan pengalaman bertani. Berdasarkan pendataan usia pada semua anggota KWT yang hadir dalam kegiatan tersebut diketahui bahwa sebagian besar (59,09%) anggota KWT termasuk pada kelompok dewasa dengan rentang umur 35-48 tahun. Sementara anggota yang memiliki umur antara 49-62 tahun hanya sebanyak 22,73%. Berikut pengelompokan umur anggota KWT Mawar pada Tabel 2.

**Tabel 2 Umur Anggota KWT Mawar**

<b>Kelompok Umur</b>	<b>Jumlah Peserta</b>	<b>Persentase</b>
Muda (20-34)	4	18.18
Dewasa (35-48)	13	59.09
Tua (49-62)	5	22.73
Total	22	100.00

Meskipun demikian, berdasarkan pengelompokan umur oleh Badan Pusat Statistik (BPS), semua anggota KWT mawar tersebut masih tergolong usia produktif. Anggota KWT yang masih berumur produktif lebih mudah dan cepat dalam proses belajar terutama proses pembelajaran yang disampaikan melalui pelatihan tersebut, selain itu didukung juga kemampuan fisik, psikologis dan biologis yang dimiliki sehingga sangat berpotensi untuk mendukung pengembangan usaha yang dilakukan oleh KWT (Padmowihardjo, 2014).

Berdasarkan tingkat pendidikan, sebagian besar (40,91%) anggota KWT Mawar menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan 36,36% menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA). Sementara hanya terdapat satu orang anggota yang tidak pernah sekolah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sebagian besar anggota KWT Mawar pernah menempuh pendidikan dengan tingkatan tertentu. Tingkat pendidikan yang pernah dilalui oleh anggota dapat menunjukkan tingkat pengetahuan juga wawasan, yang mana hal ini dapat mempengaruhi anggota KWT dalam menerima dan menerapkan apa yang diperoleh dalam pelatihan tersebut (Kurniati & Vaulina, 2020). Adapun tingkat pendidikan anggota KWT Mawar terdapat pada Tabel 3 berikut.

**Tabel 3 Tingkat Pendidikan Anggota KWT Mawar**

<b>Tingkat Pendidikan</b>	<b>Jumlah Peserta</b>	<b>Persentase</b>
Tidak Sekolah	1	4.55
SD	4	18.18
SMP	9	40.91
SMA	8	36.36
Total	22	100.00

Jika dilihat dari pengalaman usaha tani, sebagian besar (50%) anggota KWT memiliki pengalaman kurang dari 2 tahun, sementara anggota yang memiliki pengalaman bertani lebih dari 5 tahun sebanyak 27,27%. Tingkat pengalaman

berusaha tani yang dimiliki anggota KWT akan mempengaruhi keputusannya dalam menerima berbagai inovasi dari luar. Anggota KWT yang sudah berpengalaman akan lebih mudah menerapkan inovasi dari pada anggota KWT yang baru berkecimpung dalam usaha tani (Soekartawi, 2016). Secara terperinci tingkat pengalaman usaha tani anggota KWT Mawar terdapat pada Tabel 4 berikut.

**Tabel 4 Tingkat Pengalaman Usaha tani Anggota KWT Mawar**

Tingkat Pengalaman Usaha tani	Jumlah Peserta	Persentase
< 2 tahun	11	50.00
2-5 Tahun	5	22.73
> 5 tahun	6	27.27
Total	22	100.00

Besarnya persentase anggota KWT yang minim pengalaman usaha tani dikarenakan pembentukan KWT Mawar diinisiasi untuk memberdayakan ibu-ibu rumah tangga, agar dapat memanfaatkan lahan yang ada di sekitar. Adapun tujuan dari inisiasi tersebut guna menambah penghasilan rumah tangga. Adanya pembentukan KWT Mawar dengan beragam komposisi pengalaman usaha tani yang dimiliki para anggota, dapat bermanfaat untuk saling berbagi pengalaman kepada anggota lainnya.

Pada awal pelaksanaan kegiatan pelatihan, anggota KWT diminta untuk mengisi kuesioner *pretest* seputar strategi pemasaran serta pengemasan produk sayuran daun dan sayuran buah. Proses pengisian kuesioner tersebut dapat dilihat pada Gambar 2 berikut.



**Gambar 2 Aktivitas pengisian kuesioner *pretest* anggota KWT Mawar**

Berdasarkan hasil *pretest* tersebut diketahui bahwa terdapat 27,27% anggota KWT belum memahami tentang pemasaran. Di sisi lain sebagian besar anggota

KWT memang sudah memahami pentingnya strategi pemasaran dan pentingnya pengemasan, namun belum ada anggota KWT yang menerapkan pemahaman tersebut. Sebagian besar 68,18% anggota KWT beranggapan bahwa menjual sayuran dengan dikemas memerlukan waktu lebih banyak dan lebih mahal dibandingkan keuntungan yang diperoleh. Adanya anggapan yang demikian dikarenakan anggota KWT belum memiliki pengetahuan yang cukup mengenai bentuk-bentuk strategi pemasaran dan keterampilan yang memadai dalam melakukan pengemasan.

Adapun materi pertama yang disampaikan dalam pelatihan ini mengenai pemasaran dan strategi pemasaran, dimulai dengan memaparkan pengertian pemasaran, manfaat memperhatikan aspek pemasaran, kemudian konsep strategi pemasaran yang difokuskan pada strategi pemasaran 4P. Saat penyampaian materi, anggota KWT sangat antusias menyimak hal tersebut terlihat pada Gambar 3.



**Gambar 3** Antusias anggota KWT Mawar dalam menyimak materi pelatihan

Strategi pemasaran 4P yang disampaikan yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (lokasi), dan *Promotion* (promosi). 1). *Produk*: dalam hal ini KWT harus mampu menentukan produk apa yang akan menjadi andalan dan bagaimana cara mengembangkan produk andalan tersebut; 2). *Price*: penentuan harga terhadap produk andalan sangat menentukan keberhasilan proses penjualan; 3). *Place*: dalam hal ini pemilihan lokasi usaha yang strategis menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kesuksesan pemasaran sutau produk yang akan ditawarkan; 4) *Promotion*: merupakan kegiatan promosi yang digunakan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan penjualan produk yang akan ditawarkan (Mas'Ari et al., 2020; Ningsih & Maika, 2020).

Selain materi tersebut, juga dipaparkan materi mengenai pengemasan pasca panen. Pada bagian ini dimulai dengan menyampaikan konsep pengemasan, manfaat pengemasan, serta variasi pengemasan pada produk sayuran daun dan sayuran buah. Adapun manfaat pengemasan di antaranya: dapat melindungi produk agar tidak mudah rusak, dapat memberikan informasi dan komunikasi, produk mudah disimpan efisien ruang, juga sebagai fungsi identifikasi (Maryama S., 2018; Putra & Nafturahma, 2023; Utami et al., 2023; Widiati, 2020). Sedangkan mengenai variasi pengemasan produk dipaparkan dengan disertai praktik atau memperagakan secara langsung dihadapan anggota KWT.

Praktik pengemasan pasca panen pada tanaman sayur daun dan sayur buah dilakukan dengan beberapa bentuk, di antaranya menggunakan *Styrofoam* dan *plastic wrap* untuk pengemasan sayuran buah. Menggunakan *plastic wrap* karena merupakan plastik yang diperbolehkan untuk membungkus makan, dengan bentuk yang tipis dan tahan air sehingga dapat menekan kerusakan pada sayur buah. proses praktek pengemasan pada produk sayuran buah dapat dilihat pada Gambar 4 berikut.



**Gambar 4 Praktik pengemasan pada produk sayuran buah**

Selain menggunakan *Styrofoam* dan *plastic wrap*, pengemasan pada sayuran dapat dilakukan dengan menggunakan *plastic packing* yang transparan. Pengemasan variasi ini biasanya dilakukan untuk mengemas sayuran daun. Sebelum dimasukkan dalam plastik tersebut, terlebih dahulu sayuran daun diikat menggunakan selotif "*Fresh Vegetables*". Pengikatan menggunakan selotif yang demikian agar tampilan sayuran daun lebih menarik dibandingkan jika

menggunakan tali pengikat biasa. Tampilan pengemasan yang menarik akan mempengaruhi calon konsumen (Zen et al., 2017). Proses praktek pengemasan sayuran daun menggunakan plastik transparan dapat dilihat pada Gambar 5 berikut:



**Gambar 5 Praktik pengemasan pada produk sayuran daun**

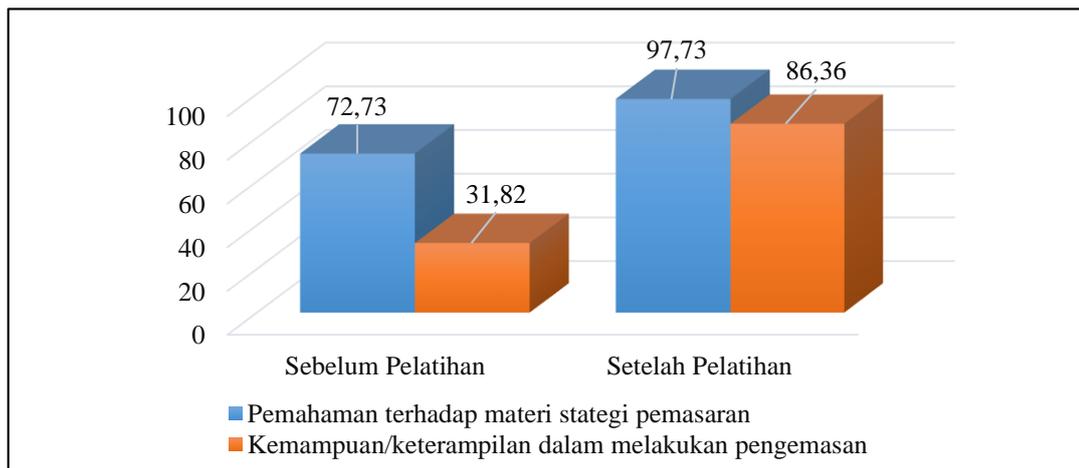
Variasi pengemasan sayuran yang diperagakan selanjutnya menggunakan bahan-bahan yang mudah diperoleh dan banyak tersedia serta bersifat *back to nature*. Bahan utama pengemasan tersebut yaitu daun pisang yang masih segar dilengkapi pengikat sayur juga berasal dari tangkai daun pisang yang sudah kering. Biaya pengemasan sayuran menggunakan bahan ini sangat rendah. Selain itu juga bebas dari zat-zat sintetis sehingga aman untuk membungkus produk makanan. Variasi ini dapat digunakan untuk pengemasan sayuran buah maupun sayuran daun. Proses pengemasan menggunakan bahan tersebut dapat dilihat pada Gambar 6 berikut.



**Gambar 6 Praktik pengemasan pada produk sayuran menggunakan daun pisang**

Setelah pemaparan materi dan praktek, anggota KWT diberi kesempatan untuk diskusi dan mempraktekkan secara langsung pengemasan sayuran dengan

berbagai variasi yang sudah dicontohkan sebelumnya. Pada akhir kegiatan anggota KWT juga diminta mengisi kuesioner kembali yaitu kuesioner *posttest*. Berdasarkan hasil *posttest* diketahui bahwa terjadi peningkatan pemahaman anggota KWT terhadap konsep dasar pemasaran dan strategi pemasaran sebesar 25%. Hasil evaluasi dapat dilihat pada Gambar 7 berikut.



**Gambar 7 Evaluasi kegiatan PKM**

Anggota KWT juga memahami cara-cara dan jenis pengemasan sayuran yang menarik. Selain itu juga terjadi peningkatan pemahaman bahwa pengemasan pada tanaman sayuran tidaklah menghabiskan waktu yang sangat lama dan menghabiskan biaya yang besar.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan kegiatan PKM yang dilaksanakan, maka dapat disimpulkan bahwa anggota KWT Mawar terdiri dari berbagai golongan usia, berbagai tingkatan pendidikan, dan berbagai tingkat pengalaman. Respon anggota KWT Mawar dalam kegiatan PKM ini sangat baik, dilihat dari kehadiran anggota yang mencapai 73,3%. Adanya peningkatan pemahan anggota KWT terhadap konsep dasar pemasaran sebesar 25%, anggota KWT juga memahami cara-cara dan jenis pengemasan sayuran yang menarik serta adanya peningkatan pemahaman anggota KWT terhadap waktu dan biaya yang digunakan dalam melakukan pengemasan produk sayuran.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Budiningsih et al. (2017). Pengaruh Harga dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan (JMK)*, 14(2).
- Darmawan, D. (2017). Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik. *Jurnal Agrimas*, 1(1), 1–10.
- Herawati, H., & Muslikah, M. (2020). Pengaruh Promosi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsung. *Kinerja*, 2(01), 17–35.
- Kurniati S, & Vaulina S. (2020). Pengaruh Karakteristik Petani Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Petani Padi Sawah Di Kecamatan Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi. *Jurnal Agribisnis*, 22(1), 82–94.
- Maryama S., Y. P. . I. I. (2018). Pelatihan Pembuatan Packaging Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Di Kota Tangerang Selatan. Sembadha. *Sembadha*, 1(1), 156–159.
- Mas'ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2020). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 5(2), 79.
- Mulyadi, G. (2018). Pengaruh Merek dan Kemasan terhadap Kepuasan Pembelian Produk UMKM. *Jurnal Ekologi*, 2(1), 105–109.
- Ningsih, D. D. S., & Maika, M. R. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 693.
- Padmowihardjo, S. (2014). *Psikologi Belajar Mengajar. In: Pengertian Psikologi Belajar Mengajar dan Definisi Proses Belajar.* (pp. 1–29). Universitas Terbuka.
- Putra, I. U., & Nafturahma, N. Al. (2023). Sosialisasi Manfaat Pengemasan Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM Snack Pak Muklis. *Jurnal Dehasen Mengabdi*, 2(2), 135–140.
- Putu Suardana, I. G., Ratnawati, T., & Kusmaningtyas, A. (2019). “Aksiologi Packaging” Perspektif Small Bisnis and Customer Di Sidoarjo. *DiE: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 10(02), 97–106.
- Safirin, M. T., Samanhudi, D., Aryanny, E., & Pudji W, E. (2023). Pemanfaatan Teknologi Packaging untuk Meningkatkan Kualitas dan Keamanan Produk Pangan Lokal. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 31–41.
- Setiawati, M., & Rudolf, L. (2017). Pengaruh Promosi dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Yang Dimediasi Oleh Brand Awareness. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(1), 75–88.
- Soekartawi, P. D. (2016). *Agribisnis : teori dan aplikasinya* (Cetakan 11). Rajawali Pers.

- Utami, K. S., Prasetya, B. P., & Rifa'i, A. (2023). Pemberdayaan Pelaku Umkm Melalui Pelatihan Pengemasan Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 29–36.
- Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2), 67–76.
- Zen, Z. H., Satriardi, S., Dermawan, D., Anggraini, D. A., Meirizha, S. N., & Yul, F. A. (2017). Pelatihan Desain Kemasan Produk Umkm Di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar. *Jurnal Pengabdian UntukMu Negeri*, 1(2), 12–15.