

PENINGKATAN EKONOMI KREATIF MELALUI INOVASI KEMASAN PADA  
PRODUK SERBUK JAHE UMKM LOKAL DI DESA MEKAR BERSATU,  
KECAMATAN BATUKLIANG, KABUPATEN LOMBOK TENGAH, NTB

*Improving The Creative Economy Through Packaging Innovation In Ginger  
Powder Products Of Local Umkm In Mekar Bersatu Village, Batukliang District,  
Central Lombok Regency, NTB*

I Gede Sutrawan<sup>1</sup>, Ines Ariani<sup>2</sup>, Ni Ketut Puspatrinayanti<sup>3</sup>, Baiq Safira Putri  
Salsabila<sup>4</sup>, Nabila Gazi<sup>5</sup>, Hidayat Muslim Fakar<sup>6</sup>, Rivaldy Kurniawan<sup>4</sup>,  
Kurniawati<sup>7</sup>, Ayu Suraya<sup>8</sup>, Hafiz Usamah Hariadi<sup>9</sup>

<sup>1</sup>Ilmu Komunikasi University of Mataram, <sup>2</sup>Sosiologi University of Mataram,  
<sup>3</sup>Agribisnis University of Mataram, <sup>4</sup>Ilmu Hukum University of Mataram,  
<sup>7</sup>Teknik Elektro University of Mataram, <sup>8</sup>Manajemen University of Mataram,  
<sup>9</sup>Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan University of Mataram

*Jalan Majapahit No. 62 Mataram, Nusa Tenggara Barat*

---

Informasi artikel

Korespondensi : [kknpmdmekarbersatu2024@gmail.com](mailto:kknpmdmekarbersatu2024@gmail.com)

Tanggal Publikasi : 5 Juli 2024

DOI : <https://doi.org/10.29303/wicara.v2i4.5532>

---

### ABSTRAK

Desa Mekar Bersatu yang merupakan sebuah desa kecil di Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah menghadapi beberapa tantangan yang salah satunya adalah dalam hal meningkatkan perekonomian masyarakat. Selain itu, desa ini juga memiliki berbagai potensi yang dapat dikembangkan. UMKM merupakan salah satu solusi potensial untuk masalah ekonomi di desa tersebut. Salah satu UMKM yang potensial adalah UD. Mak Hani yang memproduksi serbuk jahe. Namun kualitas kemasan dan desain label kemasan yang kurang menarik menjadi hambatan utama. Untuk itu, mahasiswa KKN PMD Universitas Mataram di desa Mekar Bersatu memberikan solusi berupa pembaruan kemasan dan inovasi label kemasan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memperbarui kemasan agar lebih praktis serta inovasi desain kemasan dengan memperbaiki desain kemasan guna meningkatkan nilai ekonomi serta ekonomi kreatif masyarakat desa khususnya UMKM. Kegiatan ini menempuh delapan tahapan yang diantaranya melibatkan beberapa metode seperti survey, wawancara, penentuan UMKM yang terlibat, analisis permasalahan, pemecahan permasalahan dengan analisis SWOT, hingga pelaksanaan solusi dan promosi produk. Hasil dari kegiatan ini ialah berupa produk serbuk jahe dengan kemasan baru yang lebih praktis dan menarik. Selain itu, hasil dari kegiatan ini ialah berupa label kemasan yang lebih menarik dan informatif. Sasaran dari program ini juga menerima dengan baik solusi yang diberikan. Kegiatan ini diharapkan dapat berlanjut dan dapat memberikan dampak positif berkelanjutan bagi ekonomi masyarakat setempat.

**Kata kunci:** Ekonomi Kreatif, Kemasan, UMKM, Serbuk Jahe, Desain

### ABSTRACT

*Mekar Bersatu Village, a small village in Batukliang District, Central Lombok Regency, faces several challenges, one of which is in terms of improving the economy*

of the community. In addition, this village also has various potentials that can be developed. UMKM are one potential solution to economic problems in the village. One of the potential UMKM is UD. Mak Hani which produces ginger powder. However, the quality of the packaging and the design of the packaging label that is less attractive are the main obstacles. For this reason, KKN PMD students from Mataram University in Mekar Bersatu Village provide solutions in the form of packaging updates and packaging label innovations. The purpose of this activity is to update the packaging to be more practical and innovate the packaging design by improving the packaging design to increase the economic value and creative economy of the village community, especially UMKM. This activity takes eight stages, including involving several methods such as surveys, interviews, determining the MSMEs involved, problem analysis, problem solving with SWOT analysis, to implementing solutions and product promotion. The results of this activity are in the form of ginger powder products with new packaging that is more practical and attractive. In addition, the results of this activity are in the form of more attractive and informative packaging labels. The target of this program also accepted the solutions provided. This activity is expected to continue and can provide a sustainable positive impact on the local economy.

**Keywords:** Creative Economy, Packaging, UMKM, Ginger Powder, Design

## PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa. KKN menjadi salah satu wadah dari implementasi ilmu yang sudah dipelajari di perkuliahan dan dapat berguna dalam bidang kemasyarakatan. Hal ini selaras dengan fungsi perguruan tinggi sebagai jembatan dari Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Sehingga inovasi perlu digunakan secara optimal dalam mengembangkan usaha untuk mendukung upaya mencapai SDGs desa “Ekonomi Kreatif” adalah tema untuk Kuliah Kerja Nyata Universitas Mataram. Kegiatan KKN ini berlangsung selama 45 hari kerja dari tanggal 02 Juli hingga 22 Agustus 2024.

Seluruh peserta KKN yang berjumlah ratusan disebar di seluruh Provinsi Nusa Tenggara Barat. Penulis merupakan kelompok KKN yang ditempatkan di Desa Mekar Bersatu, Kecamatan Batukliang, Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Desa Mekar Bersatu sendiri terdiri dari 5 dusun mulai dari Mertak Paok, Repok Puyung, Gunung Kedul, Gubuk Bangsal, dan Gunung Jae. Desa Mekar Bersatu memiliki jumlah penduduk sebesar 3.946 jiwa dengan luas wilayah 1.3 Km<sup>2</sup> yang terbagi menjadi wilayah persawahan dan Perkebunan. Desa Mekar Bersatu adalah desa paling kecil di wilayah Kecamatan Batukliang, Kabupaten Lombok Tengah. Jika ditempuh dengan memakai kendaraan hanya menghabiskan waktu kurang lebih 45 menit dari pusat Kota Mataram.

Kegiatan KKN ini memberi mahasiswa kesempatan untuk melakukan pengamalan ilmu akademiknya dengan cara terjun secara langsung kedalam lingkungan masyarakat. Tujuannya agar mahasiswa dapat melakukan pengamatan untuk mengetahui apa yang dihadapi oleh masyarakat dalam proses mencapai kesejahteraan. Di Lokasi KKN mahasiswa dapat berperan aktif untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat melalui program yang akan di laksanakan. Di desa Mekar Bersatu, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah salah satu cara untuk meningkatkan ekonomi masyarakat di desa Mekar Bersatu. Di Indonesia sendiri setelah krisis 1997 UMKM mampu bertahan dalam kondisi krisis dibandingkan dengan Perusahaan besar yang cenderung merosot. Oleh karena itu, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menjadi salah satu komponen penting dalam menjaga kestabilan perekonomian masyarakat (Tadjuddin & Nur, 2019).

Salah satu UMKM yang terdapat di desa Mekar Bersatu adalah UMKM serbuk jahe. Di desa ini, tanaman jahe dimanfaatkan menjadi produk olahan oleh UMKM yang dapat bernilai jual tinggi. Permasalahan yang dihadapi yaitu kualitas kemasan produk yang sederhana dan kurang menarik jika disamakan dengan produk lain dengan merk yang lebih bagus. Maka daripada itu menjadi ancaman bagi UMKM itu sendiri dikarenakan konsumen akan jatuh cinta terhadap suatu produk yang ketika pertamakali dipandang. Hal itu akan memberikan kesan tersendiri terhadap produk tersebut dan lebih mudah dikenal oleh masyarakat luas. Selain itu, desain kemasan produk juga kurang menarik bagi konsumen.

Berdasarkan literatur dari Rr. Aulia Qonita, dkk (2016) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kemasan produk harus diperbaiki secara teratur karena sangat penting untuk mempertahankan kualitas produk dan juga meningkatkan daya tarik produk. Salah satu cara pemilik dapat meningkatkan penjualan adalah dengan kemasan barang yang menarik. Kemasan menjadi salah satu strategi bagi pemilik agar bisa meningkatkan penjualannya. Jika produk tersebut menarik maka akan meningkatkan penjualan dan dapat mencapai tingkat keberhasilan yang direncanakan. Selain itu, Desain dari kemasan juga dapat menunjukkan bagaimana gambaran dari produk yang kita jual. Karena Masyarakat saat ini sangat selektif dalam memilih produk berkualitas tinggi. Tujuannya untuk memperbarui kemasan produk agar lebih praktis dan memperbaiki desain kemasan agar dapat membantu UMKM Serbuk Jahe menjadi lebih kreatif.

Dewasa ini, UMKM menjadi sektor ekonomi kreatif yang terus berkembang pesat. Ekonomi kreatif merupakan salah satu konsep ekonomi baru yang menekankan pada pengetahuan dan kreativitas serta sumber daya manusia sebagai faktor utama. Ekonomi kreatif memegang peranan penting dalam menciptakan kemajuan dan kesejahteraan di banyak negara, selain itu ekonomi kreatif juga dapat menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan mengurangi kemiskinan dan pengangguran bahkan sebagai pendorong perkembangan dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Tadjuddin & Nur, 2019). Maka daripada itu, penulis memberi judul "Peningkatan Ekonomi Kreatif Melalui Inovasi Kemasan Pada Produk Serbuk Jahe Umkm Lokal Di Desa Mekar Bersatu, Kecamatan Batukliang, Kabupaten Lombok Tengah, NTB". Judul tersebut dipilih dalam penelitian ini karena industri kreatif dapat mengembangkan sumber daya manusia yang berbekal pada ilmu pengetahuan, kreatifitas serta inovasi dan mampu mengembangkan lapangan kerja.

## **METODE KEGIATAN**

### **1. Waktu dan Lokasi Kegiatan**

Kegiatan program pengembangan packaging terhadap produk serbuk jahe pada UD. Mak Hani dimulai dari 10 juli hingga 26 Juli 2024 di dusun Mertak Paok, desa Mekar Bersatu Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah Nusa Tenggara Barat.

### **2. Sasaran/objek**

Packaging produk serbuk jahe pada salah satu UMKM di desa Mekar Bersatu yakni UD. Mak Hani

#### **1. Mitra yang terlibat**

Pemilik UD. Mak Hani dan mahasiswa KKN PMD Unram desa Mekar Bersatu 2024

#### **2. Metode pelaksanaan kegiatan:**

##### **1) Survei potensi UMKM di desa Mekar Bersatu**

Tim melakukan survey potensi UMKM di Desa Mekar Bersatu melalui metode wawancara dengan perangkat desa.

##### **2) Survei lapangan terhadap UMKM**

Tim melakukan survey lapangan terhadap UMKM yang ada sebagai dasar dalam menentukan UMKM mana yang akan dilibatkan dalam program kerja.

- 3) Menentukan UMKM yang terlibat dalam program kerja  
Berdasarkan hasil survey lapangan, Serbuk Jahe Mak Hani dipilih untuk dilibatkan dalam program kerja.
- 4) Melakukan wawancara  
Kami melakukan survey dan wawancara langsung dengan mendatangi rumah tempat produksi serbuk jahe sehingga mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai seluruh proses dan kondisi aktual di lapangan.
- 5) Analisis Permasalahan  
Berdasarkan hasil wawancara, tim menemukan dua permasalahan, yaitu terdapat kesalahan dalam pengetikan desain stiker kemasan dan pemilik usaha membutuhkan kemasan sachet.
- 6) Mencari Solusi menggunakan analisis SWOT  
Tim menganalisis data-data yang ada dengan menggunakan metode analisis SWOT.
- 7) Pelaksanaan solusi  
Berdasarkan hasil analisis SWOT, tim menemukan solusi dan mengkoordinasikannya dengan pemilik usaha.
- 8) Promosi produk  
Tim mempromosikan produk dengan hasil desain packaging produk serbuk jahe yang baru di media sosial.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Survei Potensi UMKM di Desa Mekar Bersatu

Pada tanggal 29 Mei 2024 tim melakukan survei dengan mengunjungi kantor desa Mekar Bersatu untuk menggali informasi terkait UMKM lokal apa saja yang ada di Desa Mekar Bersatu melalui wawancara langsung dengan para perangkat desa, yaitu Kaur (Kepala Urusan) Pelayanan Desa Mekar Bersatu. Berdasarkan hasil wawancara, terdapat 2 UMKM lokal, yaitu UMKM kerajinan bambu yang terletak di Dusun Gunung Kedul dan UMKM serbuk jahe UD. Mak Hani yang terletak di Dusun Mertak Paok.



Gambar 1. Survei dan Wawancara Potensi Desa

### 2. Survei Lapangan terhadap UMKM

Berdasarkan hasil survei pertama dengan perangkat desa, pada tanggal 6 Juni tim melakukan survei lapangan terhadap 2 UMKM, yaitu anyaman dan serbuk jahe Mak Hani untuk mendapatkan data-data yang dapat dijadikan

sebagai dasar dalam menentukan UMKM mana yang akan dilibatkan dalam program kerja.



Gambar 1. Wawancara UMKM Serbuk Jahe



Gambar 2. Wawancara Pengrajin Olahan Anyaman Bambu

### 3. Menentukan UMKM Yang Terlibat Dalam Program Kerja

Berdasarkan hasil survei lapangan, Serbuk Jahe Mak Hani dipilih untuk dilibatkan dalam program kerja. UD Mak Hani dipilih untuk dilibatkan dalam program kerja berdasarkan beberapa pertimbangan, pertama; melihat potensi dari tanaman jahe banyak di budidaya oleh Mak Hani. Kedua; serbuk jahe dijadikan sebagai minuman hangat seperti teh, kopi, dan susu serta melihat manfaat dari segi kesehatan yaitu dapat memperlancar peredaran darah, menurunkan kolesterol, meredakan sakit maag, mencegah serangan jantung, serta menurunkan tekanan darah (dilansir dari Kemenkes Direktorat Jenderal Pelayanan Kesehatan, terkait manfaat minuman jahe bagi tubuh, Tahun 2022). Selain itu juga, alasan memilih UMKM serbuk Jahe Mak Hani dalam program kerja yaitu jangkauan target pasar minim serta kemasan serbuk jahe Mak Hani perlu di modifikasi menjadi menarik sehingga konsumen tertarik dengan kemasan yang baru.

### 4. Wawancara Berkelanjutan Terkait UMKM Serbuk Jahe

Selanjutnya pada tanggal 9 Juli 2024 tim melakukan wawancara langsung dengan mendatangi rumah tempat produksi serbuk jahe sehingga mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai seluruh proses dan kondisi aktual di lapangan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, tim menemukan ada dua permasalahan yaitu pertama, terdapat kesalahan dalam pengetikan desain stiker kemasan dan pemilik usaha membutuhkan kemasan yang lebih praktis guna memudahkan dan menambah daya tarik dari produk tersebut. Kedua, tim menganalisis kurang menariknya kemasan serbuk Jahe Mak Hani dari pouch plastik berukuran besar dengan begitu tim memberi pendapat kepada Mak Hani pemilik serbuk jahe untuk desain kemasan

menjadi fresh dan membuat kemasan sachet agar lebih praktis menjadi serbuk jahe sachet.



Gambar 3. Wawancara Berkelanjutan terkait UMKM Serbuk Jahe

**5. Analisis Permasalahan**

Berdasarkan hasil wawancara, tim menemukan dua permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM ini diantaranya, pertama terdapat kesalahan dalam pengetikan desain stiker kemasan yang terletak pada penulisan berat produk, komposisi, dan permasalahan yang kedua yaitu tulisan UD Mak Hani harus lebih besar dari tulisan minuman dan pemilik usaha membutuhkan kemasan sachet.

**6. Mencari Solusi Menggunakan Analisis SWOT**

Tim menganalisis data-data yang ada dengan menggunakan metode analisis SWOT sebagai berikut :

**Tabel 1. Analisis SWOT**

INTERNAL	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
EKSTERNAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Sudah memiliki merek sendiri : UD Mak Hani sudah mempunyai nama dan sudah dikenal di pasar tertentu.</li> <li>❖ Produk Minuman yang sehat</li> <li>❖ Masalah Teridentifikasi: yaitu asalah dengan desain stiker dapat segera diatasi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Kesalahan Desain: Terjadi kesalahan saat menulis berat produk, konfigurasi, dan ukuran font.</li> <li>❖ Kemasan kurang fleksibel: Kemasan yang ada mungkin tidak memenuhi seluruh persyaratan pasar seperti kemasan sachet</li> </ul>
	OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI S-O
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Perbaiki desain dengan bantuan pihak luar: kekurangan desain dapat dijadikan peluang untuk meningkatkan citra merek.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Memanfaatkan merk yang telah dikenal untuk perluasan pasar</li> <li>❖ Perbaiki desain stiker untuk meningkatkan penjualan</li> <li>❖ Meningkatkan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Meminta bantuan pihak luar untuk memperbaiki desain dan kemasan</li> <li>❖ Memperluas pasar dengan tampilan kemasan yang lebih menarik</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Perluasan Pasar: Kemasan kantong memungkinkan produk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk konsumen yang lebih mobile.</li> <li>❖ Peningkatan penjualan dengan meningkatkan daya tarik produk dan penjualan.</li> </ul>	<p>pemasaran berbasis desain dan kemasan untuk meningkatkan penjualan</p>	
<p>THREATS (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Persaingan: Persaingan cukup tinggi dengan UMKM lain</li> <li>❖ Tren yang berubah: Tren kemasan dan desain terus berubah, sehingga produk harus terus beradaptasi.</li> </ul>	<p>STRATEGI S-T</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Menggunakan kekuatan merek untuk membedakan diri dari persaingan</li> <li>❖ Adaptasi desain stiker untuk menghadapi tren kemasan yang berubah</li> <li>❖ Menggunakan produk sehat sebagai diferensiasi untuk mengatasi persaingan</li> </ul>	<p>STRATEGI W-T</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Mengatasi kesalahan desain untuk mengurangi dampak persaingan</li> <li>❖ Menerapkan system feedback untuk memperbaiki desain kemasan secara berkala</li> <li>❖ Membuat kemasan yang lebih fleksibel</li> </ul>

**7. Pelaksanaan Solusi**

Berdasarkan hasil analisis SWOT, tim menemukan solusi dan mengkoordinasikannya dengan pemilik usaha. Adapun solusi yang diberikan ialah dengan memperbaiki kesalahan pada stiker kemasan yang sebelumnya dan membuat kemasan yang baru berupa kemasan serbuk jahe dalam bentuk sachet yang lebih praktis untuk diseduh. Adapun langkah-langkah pemecahan permasalahan di atas sebagai berikut:

1) Tim melakukan revisi Desain Stiker:

- Memastikan semua informasi pada stiker, seperti berat produk, komposisi, dan nama merek, ditulis dengan benar dan jelas.
- Tulisan UD Mak Hani dibesarkan agar tulisan UD Mak Hani lebih menonjol dan mudah diingat.
- Pertimbangkan tipografi dengan pilih jenis huruf (tipografi) yang mudah dibaca dan sesuai dengan karakter produk.

- Gunakan warna yang menarik dengan mengombinasikan warna yang menarik dan kontras untuk membuat desain lebih hidup.
- 2) Tim mengembangkan Kemasan dengan Sachet:
- Melakukan riset pasar untuk mengetahui ukuran sachet yang paling sesuai dengan preferensi konsumen.
  - Pilih bahan kemasan yang berkualitas, dengan memastikan kemasan sachet aman untuk makanan dan minuman, serta kuat dan tahan lama.
  - Desain kemasan yang menarik, dengan membuat desain kemasan sachet yang menarik dan sesuai dengan desain stiker utama.



Gambar 4. Before New Packaging



Gambar 5. After New Packaging

## 8. Promosi Produk UMKM Serbuk Jahe

Dengan demikian, tim memanfaatkan media sosial yang ada untuk mempromosikan produk baru dengan kemasan sachet melalui berbagai platform media sosial Instagram. Sehingga, produk Serbuk Jahe UD. Mak Hani dapat dikenal oleh banyak orang dari berbagai kalangan dan target pasar dijangkau. Promosi melalui media sosial ini juga diharapkan dapat menambah kuantitas penjualan produk serbuk jahe ini yang juga akan berdampak pada pendapatan dari UMKM ini.



Gambar 6. Promosi Produk UMKM Serbuk Jahe melalui Instagram



## KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil kegiatan yang telah dilakukan oleh tim KKN desa Mekar Bersatu, yaitu memperbaiki kemasan produk serbuk jahe berupa kemasan yang lebih praktis untuk menarik minat konsumen dan inovasi label kemasan dilakukan dengan mengembangkan label kemasan yang lebih informatif dalam memberikan informasi yang berguna terkait dengan manfaat kesehatan dan asal-usul produk dan menarik secara visual guna meningkatkan ketertarikan konsumen, sehingga dapat meningkatkan daya beli konsumen terhadap produk UMKM Serbuk Jahe. Harapan tim KKN kami semoga kegiatan inovasi kemasan ini dapat dilaksanakan secara berkelanjutan oleh UMKM dan meningkatkan kesadaran UMKM lokal lainnya terkait pentingnya desain label kemasan bernilai ekonomis yang informatif serta menarik secara visual agar dapat bersaing di pasar dalam menarik perhatian konsumen guna meningkatkan daya beli terhadap produk UMKM tersebut.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat atas penyelenggaraan KKN Pemberdayaan Masyarakat Desa Universitas Mataram tahun 2024 serta dukungan dari berbagai bentuk sehingga kegiatan KKN dapat berjalan dengan baik. Terima kasih kepada pemerintah Kabupaten Lombok Tengah, khususnya Kecamatan Batukliang dan Desa Mekar Bersatu atas dukungan, kerja sama, dan partisipasi aktifnya dalam kegiatan KKN ini

## DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, R., Mulyana, T., & Adinasa, M. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Wedang Jahe Instan Jawaru di Kabupaten Garut. *Jurnal Agribisnis dan Teknologi Pangan*, 42-50.
- Daeli, D., Simanjuntak, M., & Nasution, S. L. A. (2024). Peningkatan Kualitas Produk Umkm Kripik Ubi Melalui Pembuatan Logo Dan Kemasan Pada Umkm Desa Kampung Dalam. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Anshara Madani (JPMAM)*, 2(1).
- Fadillah, R. (2021). Inovasi Pengembangan UMKM Sate Ikan Mentigi Berbasis Ekonomi Kreatif (KKN Mas Di Desa Malaka Lombok Utara). *Abdi Psikonomi*, 124-130.
- Jupri, A., Herlembang, B., Ariyansyah, M., Anggari, B., Rozi, T., & Prasyai, E. (2021). Pendampingan Branding Packaging dan Digital Marketing pada Produk Umkm Keripik Talas di Lingkungan Bagek Longgek, Kelurahan Rakam. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 162-166.
- Perwitasari, D., & Tim KKN Kecamatan Wonoasih. (2021). Branding Produk Label Kemasan Sebagai Upaya Pengembangan Daya Tarik Pemasaran Pada Umkm Rengginang Di Kelurahan Pakistaji Wonoasih Kota Probolinggo. *Jurnal Abdi Panca Marga*, 34-38.
- Ramadan, D., & Priatna, B. (2023). Peningkatan Keterampilan Pembuatan Olahan Minuman Berbahan Dasar Jahe Sebagai Usaha Menguntungkan Pada Kelompok PKK Desa Gempol Karya. *Abdimas Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 5662-5670.
- Riyandari, B. (2020). *Active Packaging: Sistem Pengemasan untuk Kualitas Pangan yang Lebih Baik*. Mataram: Sanabilpublishing.
- Yulieta, A., Sianturi, A., & Kurniawan, M. (2023). Strategi Pengembangan Umkm Home Industry Melalui Pendekatan Analisis Swot Di Kelurahan Nginden Jangkungan. *Journal of Community Service*, 176-186.