

## STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN MELALUI DESAIN LABEL KEMASAN DAN BANNER PADA UMKM SURYA MAKMUR

Nalsa Cintya Resti<sup>1)</sup>, Nur Fadilatul Ilmiyah<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Tadris Matematika, Fakultas Tarbiyah, IAIN Kediri, Kediri, Jawa Timur, Indonesia

Corresponding author : Nalsa Cintya Resti

E-mail : nalsacintya@iainkediri.ac.id

Diterima 06 April 2023, Direvisi 26 April 2023, Disetujui 27 April 2023

### ABSTRAK

Label kemasan dan banner merupakan seperangkat komponen penting dalam pemasaran sebuah produk. Oleh karena itu, keterampilan dalam mendesain label kemasan dan banner yang baik perlu dimiliki oleh sumber daya manusia yang ada di dalam UMKM. Surya Makmur merupakan sebuah UMKM yang bergerak di bidang produksi makanan ringan namun belum memiliki branding produk serta pencatatan keuangan yang baik. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberikan wawasan tentang cara memberikan branding pada produk serta cara mendokumentasikan sirkulasi keuangan yang efektif. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan metode pelatihan dan pendampingan. Dalam hal ini, pelatihan dan pendampingan difokuskan pada cara menyusun banner dan label produk, serta cara mengoperasikan aplikasi pencatatan keuangan. Kegiatan ini melibatkan 2 orang tim narasumber serta 3 orang karyawan di UMKM Surya Makmur Lamongan. Adapun output dari kegiatan pengabdian ini berupa 5 buah label produk, 1 buah banner, dan pemilik usaha UMKM Surya Makmur mampu mengoperasikan aplikasi BukuKas untuk pengelolaan pencatatan keuangan.

**Kata kunci:** UMKM; desain; label kemasan; banner

### ABSTRACT

Packaging labels and banners are important components in marketing a product. Therefore, human resources in SMEs must be skilled in designing good packaging labels and banners. Surya Makmur is an SME engaged in the production of snacks but does not yet have product branding and good financial records. The purpose of this service activity is to provide insight on how to provide branding to products and how to document effective financial circulation. This service activity is carried out using training and mentoring methods. In this case, training and assistance are focused on how to arrange banners and product labels, as well as how to operate a financial application. This activity involved two resource persons and three employees at SME Surya Makmur Lamongan. The output of this activity is in the form of five product labels and one banner, and the SME Surya Makmur business owner can operate the BukuKas application for managing financial records.

**Keywords:** SME; design; packaging label; banner

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu kegiatan perekonomian yang memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi serta mampu dijadikan salah satu pilar pembangunan ekonomi bangsa (Sarfiah et al., 2019). UMKM merupakan usaha yang jumlahnya lebih banyak dibandingkan dengan usaha industri berskala besar serta mampu menyerap sumber daya manusia yang relatif banyak. UMKM lebih unggul dalam bidang kuantitas dibandingkan dengan usaha yang lain (Suci, 2017). Peranan UMKM mampu meningkatkan pendapatan masyarakat sehingga sejalan dengan hal tersebut diharapkan mampu menggerakkan roda

perekonomian dan daya beli masyarakat dapat meningkat (Yuliani & Widyakanti, 2020).

Salah satu lini usaha yang selalu diminati pembeli setiap waktu adalah usaha kuliner. Hal ini diperkuat karena minuman dan makanan merupakan kebutuhan pokok manusia dan tidak bisa tergantikan. Bisnis usaha ini memiliki jenis yang beragam, dimulai dengan makanan pokok, makanan ringan, hingga minuman (Nasution & Limbong, 2018). Makanan ringan adalah salah satu jenis makanan yang bukan merupakan makanan pokok (Utari, 2016), yang dapat dinikmati disela-sela jam makan utama (Nurhayati et al., 2012).

UMKM Surya Makmur adalah salah satu UMKM yang memproduksi berbagai macam makanan ringan sejak tahun 2013. Usaha yang

beralamatkan di Desa Tlatah Wetan, Barurejo, Sambeng-Lamongan ini memproduksi keripik singkong aneka rasa, jagung goreng (marning), kacang beras goreng, kedelai goreng, dan makanan ringan lain. Usaha dengan pemilik Ibu Suryani ini bersifat usaha rumahan dengan sistem penjualan yang bersifat pesanan. Hal ini memiliki arti bahwa Ibu Suryani akan memproduksi camilan-camilan tersebut jika ada pesanan/orderan dari toko kelontong disekitar rumahnya. Jika tidak ada pesanan yang masuk maka sangat dimungkinkan UMKM Surya Makmur ini tidak melakukan produksi produk usaha miliknya.

Berdasarkan observasi dan wawancara dengan Ibu Suryani selaku pemilik usaha, diperoleh informasi bahwa kegiatan usaha yang dilakukan oleh UMKM Surya Makmur belum berjalan dengan optimal dan efektif. Alasan utama dari kurang optimalnya kegiatan usaha di UMKM Surya Makmur adalah belum adanya pemahaman tentang *branding* produk yang baik. Daya jual produk terbilang rendah dikarenakan sistem pemasaran produk yang hanya berdasarkan pesanan dan ruang lingkungannya terbatas pada daerah sekitar Desa Tlatah Wetan. Kemasan produk yang kurang menarik juga menjadi salah satu penyebab tingkat penjualan produk tidak mengalami peningkatan. Hal tersebut mengakibatkan produk usaha UMKM Surya Makmur susah bersaing dengan produk sejenis yang memiliki kemasan jauh lebih menarik. Selain itu, pencatatan keuangan masih bersifat manual dan belum terekam dengan baik, sehingga terkadang pemilik kurang paham secara pasti berapa aliran dana yang masuk dan keluar dalam satu bulan.

Makanan yang dikonsumsi haruslah aman dan sehat. Salah satu solusi agar makanan tersebut aman dan sehat untuk dikonsumsi adalah dengan menggunakan kemasan (Yani et al., 2021). Kemasan produk yang baik dapat melindungi produk dari berbagai kemungkinan yang muncul saat proses mengirim, menyimpan, dan mampu menghasilkan sebuah produk yang mudah dan praktis dibawa konsumen (Herydiansyah et al., 2019). Pemilik usaha harus menyadari bahwa desain kemasan yang menarik mampu meningkatkan daya jual produk mereka (Rachman & Santoso, 2015). Desain kemasan yang unik dan berbeda mampu memberikan kesan positif kepada konsumen terhadap produk yang dijual (Suari et al., 2019). Terkait dengan kemasan yang kurang menarik, hasil produk usaha milik UMKM Surya Makmur belum memiliki label kemasan pada setiap produknya. Sistem pengemasan hanya berupa plastik tanpa label dan tanpa merk. Walaupun pengemasan sudah

dengan menggunakan plastik tebal dan berkualitas, namun hal tersebut belum membuat konsumen untuk merasa tertarik membeli produk yang ditawarkan sehingga daya jual masih terbilang rendah. Desain produk dapat menunjukkan apa yang konsumen inginkan terhadap produk tersebut (Hananto, 2021). Selain itu, usaha yang berdiri sejak tahun 2013 ini belum memiliki banner yang digunakan untuk sarana promosi produk.

Terdapat kegiatan pengabdian terdahulu yang mengangkat topik serupa, beberapa diantaranya adalah pembuatan desain kemasan produk untuk pemberdayaan industri rumah tangga (Juniawan et al., 2023) serta agar dapat meningkatkan daya jual sebuah produk (Prasetyawati et al., 2022).

Dari uraian yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan wawasan mengenai pentingnya label kemasan, pentingnya banner untuk promosi produk, serta pencatatan keuangan secara digitalisasi. Selain itu kegiatan ini dimaksudkan pula untuk membantu pembuatan desain label kemasan dan banner serta memberikan pendampingan untuk mengoperasikan aplikasi digital untuk pencatatan keuangan. Ketiga tujuan utama tersebut dirasa penting agar mampu meningkatkan daya jual dari produk UMKM Surya Makmur dan mampu bersaing dengan produk merk lain yang sejenis.

## METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan oleh Nalsa Cintya Resti, M.Si dan Nur Fadilatul Ilmiyah, M.Si. Adapun target sarasannya adalah pemilik dan pengelola UMKM Surya Makmur yang beralamatkan di Desa Tlatah Wetan, Barurejo, Sambeng-Lamongan. UMKM ini memproduksi keripik singkong aneka rasa, jagung goreng (marning), kacang beras goreng, kedelai goreng, dan makanan ringan lain. Peserta kegiatan ini terdiri dari 3 orang, yaitu Ibu Suryani selaku pemilik usaha serta 2 orang selaku karyawan UMKM tersebut.

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan metode pelatihan dan pendampingan. Secara garis besar kegiatan ini terdiri dari 3 rangkaian sesi. Sesi pertama merupakan pelatihan mengenai pentingnya label kemasan, banner produk, dan pencatatan keuangan, yang dilaksanakan dengan metode Diskusi Kelompok Terarah atau *Focus Group Discussion* (FGD). Sesi kedua berupa pendampingan pembuatan label kemasan dan banner. Sesi yang terakhir berupa pendampingan pengoperasian aplikasi digital untuk pencatatan keuangan. Agar dapat

berjalan efektif dan efisien, ketiga sesi ini dilaksanakan selama tiga hari.

Adapun rincian prosedur pelaksanaan kegiatan secara khusus dari awal hingga akhir dijelaskan sebagai berikut:

- a. Tim pelaksana berkoordinasi dengan Ibu Suryani selaku pemilik usaha UMKM Surya Makmur untuk mendiskusikan rencana awal kegiatan yang dirancang meliputi materi, waktu dan tempat, sarana dan prasarana yang dibutuhkan, jumlah peserta, dan sebagainya
- b. Tim pelaksana menyusun materi untuk kegiatan sesi pertama, yaitu mengenai pentingnya label kemasan, banner dan aplikasi digital untuk pencatatan keuangan.
- c. Tim pelaksana beserta pemilik UMKM Surya Makmur bersama-sama menyiapkan alat-alat yang digunakan dalam kegiatan pengabdian selama tiga hari. Adapun alat yang dibutuhkan adalah laptop, sumber listrik, alat tulis, serta telepon genggam.
- d. Pada pelaksanaan kegiatan hari pertama tim menyajikan materi mengenai pentingnya label kemasan, banner dan aplikasi digital untuk pencatatan keuangan. Kegiatan ini dilaksanakan secara *online* melalui *google meet*.
- e. Pada pelaksanaan hari kedua, tim kegiatan pengabdian mendampingi pemilik usaha dalam membuat desain label kemasan dan banner untuk promosi produk. Proses pembuatan desain label dan banner menggunakan aplikasi *canva*. *Canva* dipilih karena aplikasi ini menyediakan banyak template yang atraktif dan mudah untuk dioperasikan. Beragam fitur yang ditawarkan di dalam aplikasi *Canva* memungkinkan tim pelaksana beserta peserta kegiatan pengabdian untuk mengembangkan label dan banner produk yang menarik guna meningkatkan daya jual produk. Aplikasi ini dapat diunduh secara gratis di *playstore* dan dapat diakses melalui *smartphone* maupun laptop.
- f. Pada pelaksanaan hari ketiga, tim pelaksana mendampingi pemilik usaha UMKM Surya Makmur dalam mengoperasikan aplikasi digital untuk kepentingan pencatatan keuangan. Aplikasi yang digunakan adalah aplikasi *BukuKas* karena dirasa cukup mudah dalam pengoperasian dan menu yang ditawarkan bersesuaian dengan kebutuhan pemilik usaha. Aplikasi ini dapat diunduh secara bebas di *Playstore*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Strategi Peningkatan Penjualan Melalui Desain Label Kemasan dan Banner pada UMKM Surya Makmur" berjalan dengan lancar selama 3 hari yaitu pada tanggal 27 November dan 3-4 Desember 2022. Adapun proses dari awal sampai akhir pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi kegiatan sebagai berikut:

### a. Kegiatan Pelatihan Tentang Pentingnya Label Kemasan, Adanya Banner, Dan Pencatatan Keuangan Secara Digital

Pada hari Sabtu tanggal 26 November 2022 tim pelaksana yang terdiri dari 2 orang yaitu Nalsa Cintya Resti, M.Si dan Nur Fadilatul Ilmiyah, M.Si berkomunikasi dengan pemilik usaha yaitu Ibu Suryani untuk menggali informasi tentang usaha yang digeluti beserta permasalahan yang dihadapi. Dari komunikasi tersebut dapat diketahui bahwa UMKM Surya Makmur masih belum memiliki label kemasan dan banner untuk mempromosikan produk. Rekam pencatatan keuangan belum maksimal sehingga arus uang yang keluar dan masuk masih belum terdokumentasikan dengan baik.

Pada hari Minggu tanggal 27 November 2022 pada pukul 10.00-12.00 tim pelaksana memberikan wawasan dan penjelasan bahwa pemberian label dalam kemasan bersifat sangat penting. Kegiatan tersebut dilaksanakan secara *online* melalui *google meet*. Label produk adalah cerminan dari sebuah produk yang dipasarkan, sehingga dapat mempermudah konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli. Adapun fungsi label adalah (Kotler & Keller, 2009): a). Bagi produsen label digunakan untuk alat promosi dan pengenalan terhadap barang yang dijual, b). Merupakan jaminan bahwa barang yang telah dipilih/yang akan dibeli tidak berbahaya, c). Dengan melekatkan label sesuai dengan peraturan berarti produsen memberikan keterangan kepada konsumen agar dapat memilih, membeli serta meneliti secara bijaksana, d). Salah satu bentuk perlindungan kepada konsumen.

Tim pelaksana juga memberikan wawasan kepada pemilik usaha UMKM Surya Makmur bahwa pemasangan banner produk usaha memiliki peran yang sangat penting. Banner dapat dijadikan sebagai media promosi yang efektif dan praktis sehingga dapat mencapai target penjualan. Dijelaskan juga bahwa dengan teknik digital printing yang semakin canggih, hasil cetak banner semakin berkualitas, menarik, dan tahan lama. Adapun manfaat banner adalah: a). Harga terjangkau, b). Targetnya jelas, c). Dapat dipakai berulang (*reusable*), d). Mudah diangat, e). Desain atraktif

dan menarik, f). Mampu bertahan lama, g). Lebih efektif, h). Cocok untuk keperluan formal dan informal (Julianti, 2014)(Julianti, 2014).

Dari observasi awal diketahui bahwa selama ini pencatatan arus keluar masuk uang pada UMKM Surya Makmur masih bersifat konvensional. Terkadang pemilik lupa untuk mencatat modal yang keluar sehingga tidak dapat menentukan dengan pasti keuntungan yang didapatkan satu bulan dan modal yang dikeluarkan dalam nominal yang pasti. Tim pelaksana menjelaskan manfaat dari pencatatan secara digital, yaitu: a). Dapat digunakan untuk perencanaan usaha, pemilik dapat membuat laporan keuangan dengan mudah sehingga dapat mengevaluasi keseluruhan biaya produksi, biaya operasional, biaya transportasi, dll, b). Memantau posisi keuangan perusahaan, dengan pencatatan digital maka transaksi sekecil apapun akan terekam otomatis sehingga pemilik mengetahui posisi keuangan perusahaan yang sesungguhnya, c). Mengetahui keseluruhan jumlah transaksi, d). Kepentingan pajak, besaran pajak yang harus dibayarkan dapat dengan mudah diketahui. Informasi dan dasar keputusan manajemen, pencatatan yang akurat dan lengkap merupakan sumber informasi yang terpercaya bagi manajemen.

#### b. Kegiatan Pembuatan Desain Label Kemasan Dan Banner

Pada pertemuan selanjutnya yaitu pada hari Sabtu tanggal 3 November 2022 pukul 10.00-12.00, tim pelaksana membantu pemilik usaha untuk mendesain label kemasan yang menarik untuk ditempel di setiap produk usaha dari UMKM Surya Makmur. Proses pembuatan label menggunakan Aplikasi Canva. Gambar 1 dan Gambar 2 merupakan hasil desain label kemasan yang telah dibuat oleh tim beserta pemilik UMKM. Dari gambar tersebut terlihat bahwa label kemasan yang dibuat telah berisikan nama atau merk produk, tanggal kadaluwarsa, berat isi bersih, nomor telepon yang dapat dihubungi dan keterangan alamat jika ingin melakukan pemesanan. Perkembangan kemasan dari masa ke masa sudah mengalami perubahan. Masa sekarang kemasan dapat dijadikan sebagai sarana komunikasi (Sucipta, IN, 2017). Maka dari itu dirasa penting membubuhkan nomor telepon dalam kemasan



Gambar 1. Label Kemasan untuk Produk Kacang Beras (Sumber: Dokumentasi Penulis)



Gambar 2. Label Kemasan untuk Produk Pangsit Goreng (Sumber: Dokumentasi Penulis)

Desain kemasan sangat berhubungan erat dengan estetika agar konsumen merasa tertarik dengan produk yang dijual (Mufreni, 2016). Desain produk kemasan juga dijadikan sebagai alasan sebelum memutuskan untuk membeli sebuah produk (Suari et al., 2019). Gambar 1 dan Gambar 2 menunjukkan estetika pewarnaan dari desain label terlihat lebih menarik. Selain mendesain label kemasan, tim pelaksana beserta pemilik mendesain banner secara bersama sama dengan menggunakan Aplikasi Canva. Proses pembuatan desain label dan banner selalu melibatkan pemilik usaha karena yang paling memahami produk adalah pemilik dan tim pelaksana menyusun desain agar lebih menarik dan estetik. Adapun banner yang dibuat berisikan nama usaha, produk yang dijual, alamat usaha, nomor yang dapat dihubungi untuk pemesanan. Gambar 3 merupakan desain banner yang telah dibuat dan rencananya banner yang sudah tercetak akan dipasang di depan rumah pemilik agar lebih banyak orang yang membaca sehingga jangkauan promosi dapat lebih luas. Letak rumah pemilik usaha yang berada di pinggir jalan besar juga semakin menguntungkan karena akan semakin banyak pengendara yang

dapat membaca banner tersebut.



**Gambar 3.** Banner Produk  
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Produk yang belum memiliki label kemasan terlihat kurang menarik dan sangat memungkinkan akan dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab dengan menempelkan label milik UMKM lain dan dijual dengan harga yang jauh lebih tinggi. Gambar 4 merupakan salah satu produk yang telah memiliki label dalam kemasannya. Terlihat bahwa produk semakin terlihat menarik dan dapat meningkatkan nilai jual sebuah produk jika dibandingkan dengan yang belum memiliki label.



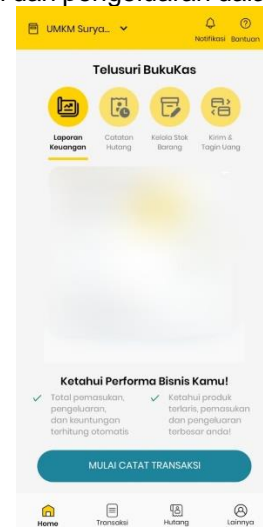
**Gambar 4.** Produk yang Telah Diberi Label Kemasan  
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

### c. Kegiatan Pendampingan Pengoperasian Aplikasi Digital Untuk Pencatatan Keuangan

Pada hari Minggu tanggal 4 November 2022 pada pukul 10.00-12.00 tim pelaksana memberikan pendampingan kepada Ibu Suryani selaku pemilik UMKM Surya Makmur dalam pengoperasian pencatatan keuangan secara digital. Aplikasi yang digunakan adalah aplikasi BukuKas yang dapat diunduh secara bebas di *Playstore*. Pemilihan aplikasi ini dikarenakan fitur yang ditampilkan sesuai dengan keperluan transaksi dari UMKM Surya Makmur.

Bersama dengan tim pelaksana, Ibu Suryani mencoba untuk mempelajari fitur-fitur yang ada di aplikasi BukuKas, diantaranya

adalah: pencatatan transaksi penjualan, pencatatan transaksi pengeluaran, pengelolaan stok barang, serta unduh laporan keuangan secara otomatis (Soejono et al., 2021; Sukma Wijaya & Sartika, 2021). Setelah masuk aplikasi dan mengisi data perusahaan, maka nomor *handphone* yang didaftarkan akan mendapat kode OTP. Setelah memasukkan kode OTP maka akun BukuKas sudah terverifikasi dan pemilik usaha dapat memanfaatkan berbagai menu yang tersedia di aplikasi tersebut. Gambar 5 merupakan gambar aplikasi yang digunakan oleh UMKM Surya Makmur untuk pengelolaan pencatatan keuangan secara digitalisasi. Dengan menggunakan aplikasi ini pencatatan keuangan dapat dilakukan dengan gratis, aman, dan mudah sehingga pemilik usaha UMKM dapat mengetahui jumlah pemasukan dan pengeluaran dalam satu bulan.



**Gambar 5.** Tampilan Awal Aplikasi BukuKas  
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

### SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul "Strategi Peningkatan Penjualan Melalui Desain Label Kemasan dan Banner pada UMKM Surya Makmur" telah selesai dengan cukup baik selama 3 hari yaitu pada tanggal 27 November dan 3-4 Desember 2022 di tempat usaha UMKM Surya Makmur Lamongan. Hasil dari kegiatan ini adalah pemilik usaha UMKM Surya Makmur beserta karyawan mampu memahami pentingnya label kemasan, banner dan pencatatan keuangan secara digital. Selain itu usaha UMKM Surya Makmur telah memiliki label kemasan untuk setiap produk yang dijual dan banner untuk promosi yang dapat ditempelkan di depan tempat usaha. Ibu Suryani selaku pemilik usaha UMKM Surya Makmur juga memahami dan mampu mengoperasikan aplikasi pencatatan

keuangan digital BukuKas sehingga pencatatan keuangan lebih rapi dan terekam dengan baik.

Dari hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini secara umum, dapat direkomendasikan untuk mengadakan kegiatan sejenis dengan target sasaran yang lebih luas agar lebih banyak UMKM yang merasakan manfaat label kemasan dan banner sebagai sarana untuk meningkatkan penjualan produk usahanya.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Hananto, D. (2021). Pengaruh desain produk, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk jersey sepeda di tangsel. *Prosiding SEMNASLIT*.
- Herydiansyah, G., Candra, M., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Dan Pajak Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Suluh Abdi: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 84–89.
- Julianti, S. (2014). *The Art Of Packaging: Mengenal Metode, Teknik, dan Strategi pengemasan Produk untuk Branding dengan Hasil Maksimal*. Gramedia.
- Juniawan, F. P., Sujono, Sylfania, D. Y., & Hamidah. (2023). Pembuatan Desain Kemasan Produk untuk Pemberdayaan Industri Rumah Tangga dengan Metode Participatory Learning and Action. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 11–20. <https://ejournal.lppmunsera.org/index.php/parahita/article/view/3851>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- Mufreni, A. N. (2016). Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen ( Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha ). *Ekonomi Manajemen*, 2(November), 48–54.
- Nasution, Z. A., & Limbong, H. P. (2018). Kajian Faktor-Faktor Penguat Usaha Pengembangan UKM Makanan Ringan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 195–201.
- Nurhayati, A., Lasmanawati, E., & Yulia, C. (2012). Pengaruh Mata Kuliah Berbasis Gizi pada Pemilihan Makanan Jajanan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Boga. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 1, 1–6.
- Prasetyawati, M., Sudarwati, W., ... J. J.-P. S., & 2022, U. (2022). Pelatihan Pembuatan Desain Kemasan Untuk Meningkatkan Pemasaran Pada Umkm Olahan Makanan Di Kelurahan Kelapa Dua Wetan. *Jurnal.Umj.Ac.Id*. <https://jurnal.ujm.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/14915>
- Rachman, B. J., & Santoso, S. B. (2015). Analisa Pengaruh Desain Produk dan Promosi Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Citra Merek. *Diponegoro Journal Of Management*, 4(1), 1–15.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Soejono, F., Sunarni, T., Kusmawati, Samuel, S., & Angeliana, W. (2021). Pendampingan Usaha: Pentingnya Laporan Keuangan Dan Penggunaan Aplikasi Bukukas Untuk Laporan Keuangan Usaha. *Logista Vol. 4 No.2 Tahun 2020 Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 2013–2015.
- Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1).
- Suci, Y. R. (2017). Development of MSME (Micro, Small and Medium Enterprises) in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58.
- Sucipta, IN, K. S. dan P. K. D. K. (2017). Pengemasan Pangan Kajian Pengemasan Yang Aman, Nyaman, Efektif Dan Efisien. *Udayana University Press*, 1–178.
- Sukma Wijaya, R., & Sartika, D. (2021). Sosialisasi Aplikasi Bukukas Solusi Pembukuan Keuangan Digital bagi UMKM Lubuk Minturun. *Prosiding PKM-CSR*, 4, 1165.
- Utari, D. T. (2016). *Manajemen Pemasaran: Kasus dalam Pengembangan Pasar Wisata Kuliner Tradisional Betawi*. CV. Pena Persada.
- Yani, A. V., Khotimah, K., Kristiana, Z., Palembang, U. M., & Author, C. (2021). Edukasi Jenis Kemasan yang Aman untuk Pangan Bagi Siswa SMP 4 Rantau Panjang Ogan Ilir. *Suluh Abdi: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 1–4.
- Yuliani, R., & Widyakanti, W. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan dan Label Pada UMKM. *Jurnal Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 2(2), 71–76. <http://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/KUA/T/article/view/990>