

INOVASI PRODUK UMKM DAUN BIDARA SERTA PENGEMASAN PRODUK PADA MASYARAKAT DI DESA CURUG WETAN

Dhewara Ahmadi Amizur^{1,*}, Ade Sukmawati², Shaila Annisa Yahya³, Elfarisna⁴

¹Prodi Ilmu Komunikasi, Fak. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhamadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cirendeui, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15419.

²Prodi Pendidikan Agama Islam, Fak. Agama Islam, Universitas Muhamadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cirendeui, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15419.

³Prodi Ilmu Komunikasi, Fak. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhamadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cirendeui, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15419.

⁴Prodi Agroteknologi, Fak. Pertanian, Universitas Muhamadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cirendeui, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15419.

E-mail: dhewara2104@gmail.com

ABSTRAK

Produk Inovasi diharapkan mampu membantu perekonomian serta pengetahuan kepada masyarakat atau penduduk desa. Terutama cara mengemas suatu produk agar lebih menarik. Dengan adanya KKN mahasiswa diharapkan mampu menjadi bagian dari masyarakat secara aktif, kreatif dan inovatif terlibat dalam dinamika yang terjadi di masyarakat. Kegiatan KKN yang telah dilaksanakan di Jl. Raya STPI Curug Kp. Koleksi RT.001/011 Desa Curug Wetan Kec. Curug Kab. Tangerang, 15810 berjalan dengan baik serta memberikan respon positif bagi masyarakat setempat. Kegiatan yang dilaksanakan yaitu Inovasi Produk UMKM Daun Bidara serta Pengemasan Produk Pada Masyarakat di Desa Curug Wetan. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan masyarakat memiliki pengetahuan luas mengenai packaging produk dalam pemasaran serta bagaimana cara mengolah daun bidara yang tidak hanya memiliki manfaat dalam kesehatan saja namun daun bidara dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan nilai jual melalui bidang kuliner. Faktor yang paling berpengaruh ialah penginderaan manusia, sebab 80% merupakan kinerja penginderaan melalui penglihatan atau kasatmata (Visual). Unsur-unsur grafis dari kemasan antara lain: warna, bentuk, merek, ilustrasi, huruf dan tata letak, menjadi bagian krusial yang terdapat dalam unsur visual yang mempunyai peran terbesar dalam proses penyampaian pesan secara kasat mata (*Visual Communication*). program ini bertujuan untuk memberikan informasi, edukasi serta komunikasi mengenai Pelatihan Inovasi Produk UKM Daun Bidara serta Pengemasan Produk di Desa Curug Wetan agar target sasaran dapat menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci: Inovasi Produk, UMKM, Daun Bidara

ABSTRACT

Product innovation is expected to be able to help the economy and knowledge to the community or villagers to pay more attention to how to package a product to make it more attractive. With this Community Service Program, students are expected to be able to become part of the community actively, creatively and innovatively involved in the dynamics that occur in society. KKN activities that have been carried out on Jl. Raya STPI Curug Kp. Collection RT.001/011 Curug Wetan Village, Kec. Curug Kab. Tangerang, 15810 went well and gave a positive response to the local community. The activities carried out were Bidara Leaf MSME Product Innovation and Product Packaging for the Community in Curug Wetan Village. With this activity, it is hoped that the community will have broad knowledge about product packaging in marketing and how to process bidara leaves which not only have health benefits, but bidara leaves can be used to generate selling value through the culinary field. The most influential factor is human sensing, because 80% is sensing performance through sight or sight (Visual). The graphic elements of the packaging, including: color, shape, brand, illustration, font and layout, become a crucial part of the visual elements that have the biggest role in the process of delivering messages to the naked eye (Visual Communication). This program aims to provide information, education and communication regarding the Bidara Leaf UKM Product Innovation Training and Product Packaging in Curug Wetan Village so that the target audience can apply it in everyday life.

Keyword: Product Innovation, UMKM, Bidara Leaves

1. PENDAHULUAN

UMKM diatur dalam Undang-Undang (UU) Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM. Dalam bab 1 pasal 1 dari undang-undang tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagai diatur dalam UU Nomor 20 tahun 2008. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung atau tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU.

Salah satu industri di Indonesia yang berkembang pesat pada saat ini adalah industri kuliner. Industri kuliner pada saat ini dinilai sebagai industri yang paling cepat dijalankan karena dengan modal yang cenderung kecil dan didukung dengan daya beli masyarakat yang cukup tinggi. Industri kuliner juga mencakup segmentasi pasar yang sangat luas dibanding industri lain. Pada dasarnya, makanan adalah kebutuhan semua orang. Selain itu bisnis kuliner merupakan bisnis yang paling mudah untuk dilakukan inovasi di dalam penyajiannya.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya. Tujuan dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.

Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk menghadapi persaingan perdagangan yang semakin tinggi yaitu melalui desain kemasan. Menurut Penelitian, dari keseluruhan kegiatan yang terjadi faktor yang paling berpengaruh ialah penginderaan manusia, sebab 80% merupakan kinerja penginderaan melalui penglihatan atau kasatmata (Visual). Maka, unsur-unsur grafis dari kemasan antara lain:

warna, bentuk, merek, ilustrasi, huruf dan tata letak, menjadi bagian krusial yang terdapat dalam unsur visual yang mempunyai peran terbesar dalam proses penyampaian pesan secara kasatmata (Visual Communication). Daya tarik suatu produk tidak dapat terlepas dari kemasannya. Sebab merupakan “pemicu” yang langsung berhadapan dengan konsumen. Untuk itu kemasan harus dapat mempengaruhi konsumen agar memberikan respon positif. Kemasan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2000:537) berarti hasil mengemas/bungkus pelindung barang dagangan.

Kemasan atau packaging adalah ilmu, seni dan teknologi yang bertujuan untuk melindungi sebuah produk saat akan dikirim, disimpan atau dijual atau bisa juga suatu proses produksi yang bertujuan untuk mengemas. Menurut Danger (1992:3) Pengemasan ialah desain dan pembuatan pengemasan yang diperuntukan untuk barang eceran. Namun dapat diartikan secara luas yakni merupakan subjek yang kompleks dan telah menjadi satu bagian penting melalui promosi produk apa saja. Pengemasan (packaging) secara sederhana diartikan sebagai suatu cara untuk menyampaikan barang kepada konsumen dalam keadaan terbaik dan menguntungkan.

Dalam era globalisasi saat ini, kemasan mempunyai peran yang sangat penting karena akan selalu terkait dengan komoditi yang dikemas dan sekaligus merupakan nilai jual dan citra produk. Sticker kemasan yang didesain dilatarbelakangi dengan warna kuning yang memiliki filosofi warna cerah sehingga dapat menggugah selera makan konsumen, di bagian atas terdapat *tagline* yang merupakan kalimat singkat dan sederhana yang mampu mendeskripsikan produk yang akan diperjualbelikan (Harga Rakyat Rasa Nikmat). Fungsi *tagline* sendiri termasuk kedalam konsep pemasaran kreatif serta branding produk.

Di bagian *center* terdapat nama produk yakni *Zizipus Mauritiana* yang berasal dari nama latin daun Bidara, ditambahkan pula nama BIDCRIS yang memiliki arti Bidara *Crispy* sesuai dengan produk yang dihasilkan. Sebagai pemanis ditambahkan pula gambar Daun Bidara berwarna hijau. Dan diujung kiri *Sticker* terdapat komposisi yang digunakan saat pembuatan Bidara krispi.

Desa Curug Wetan ini dicetuskan serta diresmikan oleh Bapak Usup di 1960. Didalam pembentukan Desa Curug Wetan masih berada

didalam masa Penjajahan sehingga memunculkan pro dan kontra antar pejabat dan masyarakat. Wilayah ini ialah hasil dari pemecahan desa Sukabakti, nama Curug Wetan dikenal dengan adanya air terjun yang berada didalam kawasannya. Pembentukan Desa tersebut untuk mengkoordinir para pejabat daerah agar dapat melayani masyarakat yang terdiri dari 5 Jaro, 15 Rukun Warga, dan 35 Rukun Tetangga. Jaro yang dimaksud adalah tangan kanan dari Kepala Desa untuk menjadi Kepala Dusun setempat. Kampung yang kami tempati ialah Kp. Koleksi Rt.001/011 terletak di wilayah Kecamatan Curug, kabupaten Banten. Didalamnya memiliki 7 Desa/Kelurahan yaitu, Kelurahan Curug Kulon, Desa Curug Wetan, Kelurahan Sukabakti, Desa Cukanggalih, Desa Kadu Jaya, Desa Kadu, dan Kelurahan Binong dengan batas-batas wilayah. Kawasan yang akan dijadikan titik lokasi pengabdian berada di Kota Curug memiliki. Desa Curug Wetan ini memiliki luas Wilayah 4.01 km². Jumlah penduduk Desa Curug Wetan ini sebanyak 15,398 jiwa dengan kepadatan penduduk 3,838.74 jiwa/km².



Gambar 1 Denah Lokasi Desa Curug Wetan

MASALAH

Di dalam desa tersebut terdapat suatu program bina wilayah yang dilakukan oleh pemerintah setempat. Salah satu program bina wilayah tersebut adalah perlombaan produk dari masing – masing desa, program pemerintah Kota Tangerang dalam membenahi semua wilayah secara masif dan tepat sasaran dari segi perekonomian. Kampung tersebut mempunyai beragam macam tanaman dan hiasan yang berbeda-beda namun masih satu tujuan yakni sebagai kampung yang asri, bersih dan nyaman. Warga pun gotong royong menjadi tempat pertama kali penghiasan dilakukan tanpa tahu bahwa tanaman yang mereka budayakan dapat di konsumsi. Penduduk setempat rata-rata 18 tahun

keatas dan lansia, maka dari itu kami mengadakan program tentang Produk Inovasi agar lebih bisa belajar di era sosial media terlebih kearah desain untuk packaging. Berdasarkan permasalahan tersebut maka di perlukan adanya upaya Sosialisasi berupa kegiatan penyuluhan tentang Desain Packaging dan Produksi Daun Bidara Crispy.

RENCANA PEMECAHAN MASALAH

Berdasarkan survey masalah yang terjadi maka solusi yang digagas oleh tim pengabdian masyarakat kepada pihak mitra.

- Penyuluhan Sosialisasi Inovasi Produksi Desain Packaging
- Tutorial Pembuatan Bidara Crispy



Gambar 2 Edukasi Desain Packaging Produk Inovasi



Gambar 3 Pembuatan Bidara Crispy

2. METODE PELAKSANAAN

Pendekatan yang digunakan adalah dengan sosialisasi, karena masyarakat lebih mudah menerima apa yang disampaikan dibanding apa yang dicari. Sosialisasi merupakan cara yang mudah dan efektif dalam sebuah penyampaian pesan. Sosialisasi mencakup pemeriksaan mengenai lingkungan kultural lingkungan sosial dari masyarakat yang

bersangkutan, interaksi sosial dan tingkah laku sosial. Berdasarkan hal tersebut, sosialisasi merupakan mata rantai paling penting di antara sistem-sistem sosial lainnya, karena dalam sosialisasi adanya keterlibatan individu-individu sama dengan kelompok-kelompok dalam satu sistem untuk berpartisipasi.

Sosialisasi menurut Charles R Wright yang dikutip oleh Sutaryo (2005) adalah "Proses ketika individu mendapatkan kebudayaan kelompoknya dan menginternalisasikan sampai tingkat tertentu norma-norma sosialnya, sehingga membimbing orang tersebut untuk memperhitungkan harapan-harapan orang lain".

Pelatihan Inovasi Produk UKM Daun Bidara serta Pengemasan Produk di Desa Curug Wetan agar target sasaran dapat menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan ini dilakukan pada hari kedua yaitu hari Sabtu, 06 Agustus 2022 pukul 14.00- 17.00 WIB yang berlokasi di lahan perkebunan Kp. Koleksi RT.001/011 Curug Wetan. Pelatihan yang kami lakukan mengenai Pengemasan produk serta bagaimana mengolah daun bidara untuk pembuatan keripik. Sebelum kegiatan pelatihan dimulai, hal pertama yang dilakukan oleh peserta melakukan registrasi terlebih dahulu. Kemudian setelah semua peserta melakukan registrasi, peserta diberikan beberapa penyampaian materi mengenai pengemasan produk dalam meningkatkan daya tarik penjualan suatu produk.

Dilanjut dengan diadakannya demo memasak dijelaskan pula mengenai Bahan dan alat yang digunakan, cara mengolah daun Bidara, serta hal-hal fatal yang membuat gagal terjadinya produk tersebut. Untuk menambah antusias serta semangat para pelaku UKM dan ibu rumah tangga diadakanlah *doorprize* perihal materi dan demo masak yang telah disampaikan. Dan nyatanya mereka senang dan sangat puas dengan program kerja yang telah kami jalani terbukti dengan banyaknya peserta yang menjawab pertanyaan kami serta partisipasi yang dilakukan oleh peserta didalam membuat produk Bidara Crispy.

3. PEMBAHASAN

Pada era ini, persaingan dalam bidang perekonomian semakin tinggi. Oleh karena itu kesiapan didalam menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi harus disiasati menggunakan strategi dan taktik yang jitu. Terlebih di bidang kuliner, Menurut Kementrian

Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2009) Bahwa Koperasi Usaha kecil dan Menengah (KUKM) Pangan merupakan salah satu KUKM yang memiliki suatu potensi didalam perekonomian nasional. Sebab dengan berjalannya waktu KUKM, makanan ataupun minuman yang berasal dari Indonesia akan dapat tergilas oleh makanan dan minuman impor jika tidak meningkatkan inovasi, mutu produksi, dan pengemasan. Untuk itu terdapat ide inovasi dengan membangun usaha melalui produk yang dapat diperjualbelikan, namun dalam membangun usaha perlu diperhatikan beberapa hal agar produk yang dihasilkan bagi kosumen dapat diterima dengan baik dan meraih banyak peminat. Seperti menentukan produk yang ingin dijual, kemasan, serta pemasarannya. Program yang dilaksanakan berupa inovasi dengan memanfaatkan daun bidara sebagai bahan utama dalam pembuatan produknya, yaitu dengan membuat keripik krispy dari daun bidara dan tentunya banyak sekali manfaat yang dimiliki dalam mengkonsumsi daun tersebut.

Adapun manfaat kesehatan yang didapat dalam mengkonsumsi daun bidara:

- 1) Mengatasi penyakit diabetes
- 2) Mencegah kanker dan tumor
- 3) Meringankan depresi
- 4) Anti oksidan
- 5) Anti inflamasi
- 6) Menyembuhkan luka
- 7) Meningkatkan metabolisme tubuh
- 8) Menyembuhkan demam
- 9) Menyehatkan dan menguatkan rambut



Gambar 4 Daun Bidara

Banyak sekali manfaat yang didapat dalam mengkonsumsi daun bidara. Selain itu daun ini sangat mudah sekali dicari sebab terdapat di kebun-kebun, di pinggir jalan semak belukar, hingga bibitnya diperjualbelikan di e-

commerce. Dalam pembuatan keripik daun bidara, bahan-bahan yang diperlukan mudah didapat dan menghemat biaya.

4. HASIL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Inovasi Produk merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh pelaku bisnis kecil, menengah maupun besar untuk dapat mengembangkan, memperbaiki, menyempurnakan, serta meningkatkan produk yang sudah ada. Inovasi yang dilakukan dapat menyerupai ide kreativitas untuk menambah nilai jual maupun nilai kegunaan. Pada era ini, persaingan dalam bidang perekonomian semakin tinggi. Oleh karena itu kesiapan didalam menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi harus disiasati menggunakan strategi dan taktik yang jitu. Terlebih di bidang kuliner, Menurut Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2009) Bahwa Koperasi Usaha kecil dan Menengah (KUKM) Pangan merupakan salah satu KUKM yang memiliki suatu potensi didalam perekonomian nasional. Sebab dengan berjalannya waktu KUKM, makanan ataupun minuman yang berasal dari Indonesia akan dapat tergilas oleh makanan dan minuman impor jika tidak meningkatkan inovasi, mutu produksi, dan pengemasan.

Maka terciptalah inovasi produk Kuliner yakni Daun Bidara Crispy yang memiliki citarasa gurih, renyah dan nikmat. Bahan utama yang dibutuhkan ialah Daun Bidara, daun ini sangat mudah sekali dicari sebab terdapat di kebun-kebun, di pinggir jalan semak belukar, hingga bibitnya diperjualbelikan di *e-commerce*. Dalam pembuatan keripik daun bidara, bahan-bahan yang diperlukan mudah didapat dan menghemat biaya. Adapun bahan dan alat yang diperlukan dalam pembuatan keripik daun bidara, yaitu:

Alat dan Bahan

- 1) Daun bidara
- 2) Tepung Beras
- 3) Tepung Sagu
- 4) Penyedap Rasa
- 5) Garam
- 6) Telur
- 7) Minyak
- 8) Piring
- 9) Mangkuk
- 10) Kompor
- 11) Wajan

- 12) Sendok Teh
- 13) Spatula
- 14) Plastik Klip ukuran 5X8
- 15) Stiker
- 16) Kemasan

Langkah-langkah pembuatan keripik daun bidara

- 1) Siapkan alat dan bahan yang diperlukan.
- 2) Cuci bersih daun bidara yang akan dipakai.
- 3) Siapkan piring, lalu masukkan 3 sendok teh tepung beras, 5 sendok teh tepung sagu, penyedap rasa (Royco) secukupnya dan aduk hingga merata.
- 4) Siapkan mangkuk lalu pecahkan telur dan tuangkan ke dalam mangkuk.
- 5) Kocoklah telur hingga merata.
- 6) Masukkan telur yang sudah dikocok 3 sendok saja kedalam adonan lalu aduk hingga merata.
- 7) Masukkan daun bidara yang sudah dicuci bersih kedalam adonan yang sudah dicampur.
- 8) Siapkan wajan dan tuangkan minyak ke dalam wajan lalu panaskan minyak.
- 9) Masukkan daun bidara yang sudah dimasukkan ke dalam adonan lalu dimasak dan tunggu hingga matang.
- 10) Tiriskan daun bidara yang sudah dimasak.
- 11) Masukkan daun bidara ke dalam kemasan yang sudah disediakan.
- 12) Keripik daun bidara sudah siap untuk dijual.



Gambar 5 Keripik Daun Bidara

Langkah-langkah membuat kemasan untuk keripik daun bidara

- 1) Siapkan beberapa plastik klip yang ingin dipakai.
- 2) Siapkan stiker kemasan yang sudah dibuat untuk tambahan desain kemasan.

- 3) Tempelkan stiker ke plastik klip dengan benar dan rapi.
- 4) Kemasan keripik daun bidara siap untuk dipakai.

Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk menghadapi persaingan perdagangan yang semakin tinggi yaitu melalui desain kemasan. Menurut Penelitian, dari keseluruhan kegiatan yang terjadi faktor yang paling berpengaruh ialah penginderaan manusia, sebab 80% merupakan kinerja penginderaan melalui penglihatan atau kasatmata (Visual). Maka, unsur-unsur grafis dari kemasan antara lain : warna, bentuk, merek, ilustrasi, huruf dan tata letak, menjadi bagian krusial yang terdapat dalam unsur visual yang mempunyai peran terbesar dalam proses penyampaian pesan secara kasatmata (*Visual Communication*). Daya tarik suatu produk tidak dapat terlepas dari kemasannya. Sebab merupakan “pemicu” yang langsung berhadapan dengan konsumen. Untuk itu kemasan harus dapat mempengaruhi konsumen agar memberikan respon positif. Menurut Danger (1992:3) Pengemasan ialah desain dan pembuatan pengemasan yang diperuntukan untuk barang eceran. Namun dapat diartikan secara luas yakni merupakan subjek yang kompleks dan telah menjadi satu bagian penting melalui promosi produk apa saja. Pengemasan (packaging) secara sederhana diartikan sebagai suatu cara untuk menyampaikan barang kepada konsumen dalam keadaan terbaik dan menguntungkan.

Didalam pengemasan pun memiliki beberapa syarat yang menjadi acuan didalam menarik konsumen. Menurut Sudarmadji (1997) bahan pengemasan yang dinilai baik yakni telah memenuhi persyaratan sebagai berikut.

- a. Permukaan Transaparan untuk menarik Konsumen.
- b. Dapat mengendalikan transfer atau penetrasi air.
- c. Mampu mengendalikan gas-gas lain.
- d. Mempunyai suatu daya tahan terhadap variasi suhu yang luas dalam penyimpanan dan penggunaan.
- e. Tidak adanya kandungan senyawa racun.
- f. Memiliki harga yang murah.
- g. Memberikan proteksi terhadap keremukan.

Jumlah partisipasi yang hadir pada kegiatan agenda Pelatihan Inovasi Produk UKM Daun Bidara serta Pengemasan Produk di Desa

Curug Wetan sebanyak 14 orang dengan target sasaran ibu-ibu rumah tangga serta pelaku UKM. Dimana target tersebut dijadikan subjek dan objek dalam program kegiatan yang telah direncanakan yaitu kegiatan Pelatihan Inovasi Produk UKM Daun Bidara serta Pengemasan Produk di Desa Curug Wetan agar masyarakat memiliki pengetahuan luas mengenai packaging produk dalam pemasaran serta bagaimana cara mengolah daun bidara yang tidak hanya memiliki manfaat dalam kesehatan saja namun daun bidara dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan nilai jual melalui bidang kuliner.



Gambar 6 Kemasan Keripik Daun Bidara



Gambar 7 Demo Memasak Daun Bidara Crispy



Gambar 8 Doorprize Sesi Tanya Jawab



Gambar 9 Stiker Kemasan Bidara Crispy



Gambar 10 Pamflet Kegiatan Produk Inovasi



Gambar 11 Foto Bersama Ibu-Ibu Peserta Dalam Kegiatan Inovasi Produk

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penyusunan Jurnal Semnaskat ini,

tidak terlepas dari bantuan pihak-pihak yang telah meluangkan waktunya sampai selesai. Maka penulis mengucapkan terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Jakarta yang telah memberikan segala kemampuan dan upaya sehingga pelaksanaan KKN dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Cenadi, Suharto C. (2000). Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran. 2(1). Hal, 92-103.
- Danger, E.P. (1992). Memilih Warna Kemasan. Jakarta. PT. Pusaka Bina Pressindo
- Irubai, Liwa Mohammad. (2015). Strategi Labeling, Packaging, dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang, Kota Mataran Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Pendidikan IPS Ekonomi*. 13. Hal, 15-30.
- Mukhtar Syukrianti., Muchamad Nurif. (2015). Peranan Packaging dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora*. 8(2). Hal, 181-191.
- Sudarmadji, S., Haryono, B., Suhardi. (1997). Prosedur Analisa untuk Bahan Makanan dan Pertanian. Liberty. Yogyakarta. 265 hal.
- Tanama Putri, Budi R. (2017). Manajemen Pemasaran. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Widiati, Ari. (2019). Peranan Kemasan (Packaging) dalam meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di "MAS PACK" Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. 8(2) Hal, 67-76.