



Penerapan Inovasi Desain Kemasan Sebagai Branding Produk Abon Tuna Kelompok Amertha Segara Tanjung Benoa, Bali

Dylla Hanggaeni Dyah Puspaningrum^{1*}, Eka Putri Suryantari²

^{1,2} Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

*Corresponding author: dyllahanggaeni@undhirabali.ac.id

Received 14-11-2025

Revised 01-12-2025

Published 24-12-2025

ABSTRAK

Masyarakat pesisir Tanjung Benoa, Badung, Bali, yang tergabung dalam Kelompok Amertha Segara bertujuan membuat abon ikan tuna. Tahun 2025 dan 2026 Dinas Kesehatan Badung menunjuk kelompok sebagai penyedia abon tuna dalam setiap kegiatan posyandu di wilayah Badung. Ini membuka peluang dalam promosi produk. Namun, kemasan yang kurang inovatif dan informatif menjadi kendala utama dalam branding dan pemasaran. Pengabdian masyarakat bertujuan mengatasi permasalahan tersebut melalui pengembangan inovasi desain kemasan. Metode pelaksanaannya meliputi survei, edukasi, pengembangan desain label kemasan. Transfer pengetahuan diukur menggunakan kuesioner pretest dan posttest terhadap 20 anggota. Hasil menunjukkan peningkatan pengetahuan yang signifikan mencapai 80%, dengan nilai Hake's Gain 0,8 (peningkatan tinggi). Produk akhir dari kegiatan ini adalah desain kemasan baru berbahan nilon berukuran 13x20 cm, glossy, dilengkapi zipper lock, dan tabel Informasi Nilai Gizi (ING) untuk produk 100g. Kemasan yang sesuai standar diharapkan dapat berfungsi optimal sebagai media branding dan promosi yang efektif untuk mendukung pemasaran produk kelompok.

Kata kunci: Abon Tuna; Amertha Segara; Kemasan; Tanjung Benoa

ABSTRACT

The coastal community of Tanjung Benoa, Badung, Bali, which is part of the Amertha Segara Group, aims to produce tuna floss. In 2025 and 2026, the Badung Health Office appointed the group as a supplier of tuna floss for every integrated health service post (posyandu) activity in the Badung region. This opened up opportunities for product promotion. However, packaging that was not innovative or informative enough became a major obstacle to branding and marketing. Community service aims to overcome these problems through the development of innovative packaging designs. The implementation methods include surveys, education, and packaging label design development. Knowledge transfer is measured using pretest and posttest questionnaires for 20 members. The results show a significant increase in knowledge of 80%, with a Hake's Gain value of 0.8 (high increase). The final product of this activity is a new packaging design made of nylon measuring 13x20 cm, glossy, equipped with a zipper lock, and a Nutrition Information Table (ING) for 100g products. Packaging that meets standards is expected to function optimally as an effective branding and promotional medium to support the marketing of group products.

Keywords: Tuna Floss; Amertha Segara; Packaging; Tanjung Benoa

PENDAHULUAN

Tanjung Benoa adalah sebuah kelurahan di wilayah Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali yang masyarakatnya masih melakukan aktivitas penangkapan



ikan meskipun wilayah tersebut kini berubah menjadi daerah wisata bahari. Masyarakat pesisir membentuk kelompok pengolahan hasil laut dengan nama Kelompok Amertha Segara pada tahun 2015. Pada tahun 2022 pendampingan kelompok sudah dilakukan oleh tim dalam mengatasi masalah optimalisasi proses produksi abon tuna dengan pelatihan dan pengadaan peralatan produksi abon tuna yang mampu membantu perekonomian keluarga anggota kelompok. Abon ikan tuna yang dihasilkan telah di jual secara offline dengan dititip pada koperasi desa dan pemerintah setempat. Pemasaran secara online dilakukan melalui shopee. Kelompok Amertha Segara telah rutin mengikuti pameran-pameran produk hasil olahan laut yang diselenggarakan oleh dinas terkait.

Pada tahun 2025 dan 2026 kelompok terlibat sebagai penyedia abon tuna yang ditunjuk oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Badung, sebagai makanan pendamping pencegah stunting pada tiap kegiatan posyandu desa dikawasan Badung setiap bulan. Hadirnya produk abon tuna pada setiap kegiatan posyandu juga membawa peluang dalam mempromosikan produk yang dihasilkan. Kelompok menginginkan adanya pengembangan inovasi pada kemasan abon mereka agar lebih menarik dan keninian yang pada awalnya menggunakan standing pouch dan stiker label yang ditempelkan pada kemasan.

Kemasan produk bukan hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang dapat memperkuat branding dan meningkatkan nilai jual produk (Nawala Visual, 2023). Beberapa studi menunjukkan bahwa inovasi desain kemasan dapat meningkatkan daya saing produk UMKM dengan cara menarik perhatian konsumen dan memberikan informasi yang jelas mengenai produk (Wulandari et al., 2023).

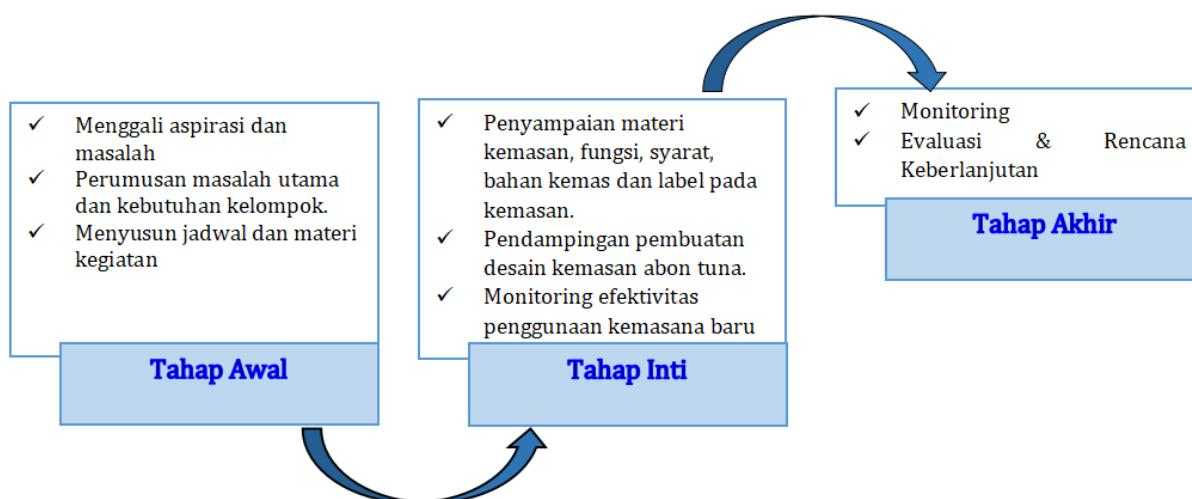
Pemberdayaan Berbasis Masyarakat (PBM) yang dilakukan sebagai proses transfer pengetahuan dari akademisi kepada kelompok terkait permasalahan pengembangan inovasi kemasan produk abon tuna yang dihasilkan. Melaksanakan edukasi, diskusi dan pendampingan dalam mengkonsep desain, labeling kemasan dilakukan untuk mengatasi permasalahan kelompok. Pengabdian msyarakat yang dilaksanakan mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan/*Sustainable Development Goals* (SDGs):

1. Kehidupan Sehat dan Sejahtera (SDGs 3): Menghasilkan produk abon tuna yang aman dan bergizi bagi masyarakat yang mendukung penguatan ekonomi lokal yang berdampak pada kesejahteraan kelompok.
2. Industri, Inovasi, dan Infrastruktur (SDGs 9): Pengembangan kemasan yang menarik, higienis, dan fungsional sebagai bentuk inovasi pada kemasan abon tuna.
3. Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab (SDGs 12): Penggunaan bahan baku ikan tuna secara optimal. Menjaga keamanan produk dengan melengkapi informasi produk yang jelas (komposisi, tanggal kadaluarsa, cara penyimpanan) pada kemasan mendorong konsumen untuk mengonsumsi secara tepat.

METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian ini dilaksanakan pada bulan September sampai dengan November 2025 diikuti oleh istri Kelompok Pengolahan Hasil Laut Amertha Segara, Tanjung Benoa dengan jumlah 20 orang. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah *Participatory Action Research* (PAR). Metode ini dipilih karena melibatkan partisipasi aktif kelompok Amertha Segara dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah, perancangan solusi, implementasi, hingga evaluasi. Pendekatan PAR memungkinkan kelompok untuk berperan langsung pada pengembangan inovasi kemasan dalam konsep desain dan labeling (Zunaidi, 2024), dengan demikian, masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat tetapi juga turut serta dalam pengambilan keputusan dan pengembangan keterampilan. Kegiatan dilakukan dengan beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap awal menggali aspirasi dan mendalami masalah yang pada kelompok. Dilakukan perumusan masalah utama dan kebutuhan kelompok. Pemberian bantuan dengan memfasilitasi pembuatan desain label dan pencetakan kemasan bagi kelompok.
2. Pemberian materi dan pendampingan. Kegiatan bertujuan untuk menyamakan persepsi atau pemahaman kelompok dengan cara pemberian edukasi tentang kemasan dan label. Sebelumnya pemberian edukasi dilakukan pretest dan posttest pada akhir edukasi dengan tujuan untuk mengukur tingkat pemahaman kelompok. Pada pretest dan posttest menggunakan 15 soal pertanyaan, dengan menggunakan Peningkatan Relatif (*Gain Score*), bila hasil ≥ 0.7 : *High Gain* (Peningkatan tinggi), bila $0.3 \leq \text{hasil} < 0.7$: *Medium Gain* (Peningkatan sedang), hasil < 0.3 : *Low Gain* (Peningkatan rendah)
3. Diskusi dan penentuan desain kemasan. Kegiatan dilanjutkan dengan diskusi dan penentuan kemasan dari jenis bahan, ukuran, desain label yang diinginkan kelompok dan berpatokan pada peraturan tentang labeling dan kemasan.
4. Monitoring. Kegiatan dilakukan dengan mengevaluasi hasil kemasan yang dihasilkan dalam mengemas produk
5. Evaluasi dan rencana keberlanjutan. Evaluasi terhadap efektivitas kemasan baru dilakukan untuk mengetahui daya simpan produk dan dampaknya terhadap keamanan produk. Pada kegiatan ini kelompok berpartisipasi aktif dalam setiap kegiatan, memberikan tempat untuk berkegiatan sehingga kegiatan berjalan dengan lancar. Sebagai langkah keberlanjutan, tim pengabdian memberikan rekomendasi terkait pemasaran produk, pengurusan PIRT. Dengan pendekatan PAR, kelompok diberdayakan untuk mandiri dalam mengelola dan mengembangkan produk mereka, sehingga manfaat kegiatan ini dapat dirasakan dalam jangka panjang. Gambar 1 adalah tahap pelaksanaan kegiatan.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan PKM

HASIL KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan mendapat tanggapan yang baik dan didukung oleh kelompok, dengan penerimaan kelompok yang baik terhadap tim pengabdi pada tiap kegiatan yang dilakukan dimulai dari survey lokasi, diskusi awal, edukasi dan pendampingan pembuatan kemasan produk hingga kegiatan penutupan. Bentuk dukungan dari kelompok berupa penyiapan lokasi pertemuan dan diskusi.

1. Penggalian Aspirasi Dan Masalah Kelompok

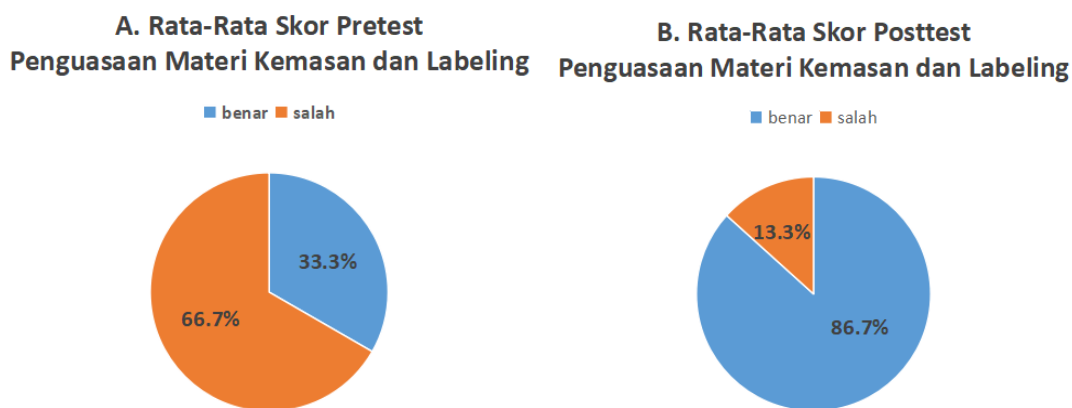
Tahapan awal dilakukan dengan melakukan koordinasi dengan ketua kelompok bersama tim pengabdi, dari diskusi awal dan survei awal yang dilakukan diketahui bahwa produksi abon tuna sudah mulai teratur dan terserap pasar, di butuhkan inovasi pada kemasan produk agar lebih menarik dan informatif.

Permasalahan yang ditemukan dilanjutkan dengan diskusi dengan kelompok, terkait bentuk kemasan dan desain label apa yang ingin dikembangkan. Produk abon tuna yang dihasilkan adalah makanan yang terbuat dari serat daging ikan, yang memiliki kadar air rendah. Abon dapat tahan berbulan-bulan bila disimpan pada wadah yang kedap udara. Pengemasan abon dapat memperpanjang umur simpan produk dan meningkatkan daya jual produk (Heryanto, dkk., 2018). Fungsi kemasan bagi makanan salah satunya adalah untuk melindungi dan mengawetkan produk dan yang tak kalah penting, adalah agar produk tersebut memiliki ciri khas atau identitas visual (Nugrahani, R., 2015).

Hasil diskusi yang diperoleh disimpulkan kelompok menginginkan kemasan yang langsung tercetak, tidak lagi menggunakan stiker untuk menempelkan label pada kemasan. Maka dari hasil diskusi disepakati kemasan *standing pouch* dengan label tercetak langsung pada kemasan yang akan dikembangkan. Tim pengabdi mulai melakukan persiapan-persiapan untuk dapat memfasilitasi kegiatan pengembangan desain kemasan produk.

2. Pemberian Materi dan Pendampingan Pengembangan Desain Kemasan

Tahapan pelatihan diawali dengan pemberian edukasi terkait terkait tujuan, syarat, manfaat, jenis, penggolongan dan aturan tentang kemasan. Dan juga materi tentang label produk. Pada kemasan produk perlu dilengkapi dengan label pangan olahan. Label pangan olahan adalah setiap keterangan mengenai pangan olahan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan olahan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan (BPOM, 2021). Selain label perlu dilengkapi dengan Informasi Nilai Gizi yang selanjutnya disingkat ING, yang merupakan daftar kandungan zat gizi dan zat nongizi pangan olahan sebagaimana produk pangan olahan dijual (*as sold*) sesuai dengan format yang dibakukan. Kegiatan diawali dengan melakukan pre-test untuk mengetahui tingkat pengetahuan mitra tentang Kemasan produk makanan, khususnya produk abon. Pengemasan yang kreatif dan menarik juga dapat mencerminkan citra merek yang kuat dan memberikan pengalaman yang menyenangkan kepada pelanggan (Aryani et al., 2022). Tahapan selanjutnya dilakukan pemberian edukasi terkait tujuan, syarat, manfaat, jenis, penggolongan dan aturan tentang kemasan. Dan materi labeling. Hasil rata-rata pretest dan posttest pada 20 anggota kelompok adalah 5 soal benar (rata-rata pretest 33,3%) dan 13 soal benar (rata-rata posttest 86,7%). Perhitungan peningkatan relatif (Hake's Gain) diperoleh 0,8 ini dikategorikan sebagai peningkatan tinggi (High Gain). Responden mengalami peningkatan pengetahuan yang signifikan, mencapai 80% dari potensi peningkatan maksimum yang bisa dicapai. Peningkatan pengetahuan kelompok dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Tingkat Pengetahuan Anggota Mitra

Pemilihan bahan kemasan yang aman bagi abon yang dikemas, sehingga tetap menjaga kualitas dan nilai gizi abon, dan terlindung dari cemaran/kontaminasi lingkungan luar. Pengembangan kemasan yang menarik, higienis, dan fungsional merupakan salah satu bentuk inovasi sederhana namun berdampak besar pada kelompok mitra. Penggunaan kemasan standing pouch dengan label merek, penambahan informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, dan desain untuk menarik minat pasar (estetika, branding). Dengan kemasan yang baik, produk abon ikan tuna lebih mudah dipasarkan di toko, pasar modern, atau online, meningkatkan daya saing

dengan produk lain. Sebagai bagian dari strategi branding (Álvarez-González et al., 2024), kemasan perlu dipersiapkan secara menyeluruh melalui desain visual (Wang & Jiang, 2024), pemilihan material, serta kelengkapan penyajian informasi produk (Liu et al., 2025). Kemasan merupakan bagian dari experience economy (Álvarez-González et al., 2024), yang menyampaikan identitas dan nilai dari suatu brand (Murti A dan Urrahma N, 2025). Kegiatan pendampingan pemilihan kemasan dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Kegiatan pendampingan pemilihan kemasan

Tim PKM melakukan diskusi dan pendampingan dalam menentukan jenis kemasan yang akan digunakan, desain kemasan meliputi kelengkapan detail pada label kemasan dan warna kemasan yang menarik. Diskusi dengan mitra diperlukan untuk mengetahui keinginan mitra dalam mengembangkan kemasan produknya. Hasil diskusi diakomodir dan difasilitasi dengan membentuk desain kemasan seperti pada Gambar 2. Spesifikasi kemasan menggunakan bahan nylon dengan ukuran 13 x 20 cm, glossy, menggunakan zipper lock.



Gambar 4. Desain kemasan abon tuna Amertha Segara

Pada kemasan telah dilengkapi dengan tabel kandungan nilai gizi abon tuna yang diperoleh dari hasil analisa. Pada kemasan produk perlu dilengkapi dengan label pangan olahan. Label pangan olahan adalah setiap keterangan mengenai pangan olahan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan olahan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan (BPOM, 2021). Selain label perlu dilengkapi dengan Informasi Nilai Gizi yang selanjutnya disingkat ING, yang merupakan daftar kandungan zat gizi dan zat nongizi pangan olahan sebagaimana produk pangan olahan dijual (*as sold*) sesuai dengan format yang dibakukan. Tim PKM memfasilitasi penambahan ING pada kemasan produk mitra. Tim melakukan analisa kandungan nilai gizi produk, melakukan konversi nilai gizi dan pembuatan tabel ING, sehingga dapat dicantumkan pada kemasan. Gambar Informasi Nilai Gizi Abon Tuna dapat dilihat pada Gambar 5. Kemasan abon tuna yang lama dan yang baru dapat dilihat pada Gambar 6.

Informasi Nilai Gizi		
Takaran Saji/ Serving Size : 10 g 10 sajian per kemasan		
JUMLAH PER SAJIAN		
Energi Total/ Total Energy		: 45 kkal
		% A K G*
Lemak Total (Total Fat)	1,5 g	3 %
Protein	3 g	5 %
Karbohidrat Total (Total Carbohydrate)	4 g	1 %
Gula (Sugar)	3 g	
Natrium (Sodium)	170 mg	11 %
*Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi Anda mungkin lebih tinggi/lebih rendah *Percent Daily Value are based on 2150 calories diet Your daily value higher or lower depending on your calorie needs		

Gambar 5. Informasi Nilai Gizi Abon Tuna Amertha Segara



a. Kemasan Lama b. Kemasan Baru

Gambar 6. Kemasan Abon Tuna

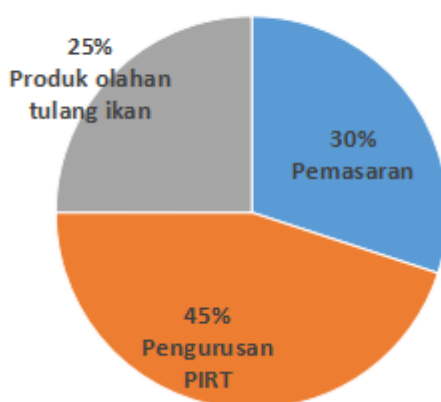
3. Monitoring

Mitra mengalami peningkatan pengetahuan yang signifikan, mencapai 80% dalam pengetahuan mitra mengenai fungsi kemasan yang aman dan menarik, keberhasilan implementasi desain kemasan baru. Efektivitas kemasan dapat diukur dari kemampuan kemasan untuk menjaga kualitas dan memperpanjang masa simpan abon tuna. Penggunaan bahan yang lebih kedap udara (misalnya, food grade dan kedap cahaya) berhasil mengurangi risiko kerusakan produk akibat oksidasi atau kelembapan.

4. Evaluasi dan Rencana Keberlanjutan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Hasil evaluasi kegiatan disimpulkan bahwa secara umum tingkat pengetahuan mitra tentang kemasan dan labeling mencapai 80% dengan hasil rata-rata pretest dan posttest pada 20 anggota kelompok adalah 5 soal benar (rata-rata pretest 33,3%) dan 13 soal benar (rata-rata posttest 86,7%). Kemasan dengan desain yang baru sudah tercetak dan digunakan. Rencana keberlanjutan program PKM dilakukan dengan pengisian kuesioner terkait kebutuhan penyuluhan dan pemberdayaan lanjutan yang masih searah dengan tujuan kegiatan ini untuk meningkatkan kewirausahaan pada mitra sehingga dapat menjadi alternatif perbaikan perekonomian keluarga. Berdasarkan Gambar 7, sebanyak 30% anggota kelompok membutuhkan pendampingan terkait strategi pemasaran produk yang efektif baik secara online maupun offline, 45% anggota kelompok menginginkan penyuluhan terkait pengurusan PIRT, dan 25% anggota kelompok menginginkan adanya pelatihan pembuatan produk olahan dari tulang ikan tuna.

Topik Kebutuhan Penyuluhan Lanjutan



Gambar 7. Prefensi Anggota Mitra terkait Topik Penyuluhan Lanjutan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kelompok Pengolahan Hasil Laut Amertha Segara mengalami peningkatan pengetahuan yang signifikan, mencapai 80% dalam pengetahuan mitra mengenai kemasan dan labeling. Kemasan standing pouch yang digunakan berbahan nylon dengan ukuran 13 x 20 cm, glossy dan menggunakan zipper lock. Pencantuman Tabel

Informasi Nilai Gizi (ING) abon tuna pada kemasan. Kedepannya dapat dilakukan pendampingan lebih lanjut terhadap mitra mengenai pemasaran produk, pengelolaan PIRT dan pengolahan tulang ikan tuna menjadi produk olahan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Dhyana Pura, melalui hibah Internal Perguruan Tinggi Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Tahun Anggaran 2025. Universitas Dhyana Pura yang memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan ini. Kelompok Pengolahan Hasil Laut Amertha Segara, Tanjung Benoa, Bali sehingga program ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani M, Septika BH, Krisnahadi T, Ilhamalim, RR, Supratman, S. Pelatihan Pengemasan dan Labeling Produk untuk Meningkatkan Kemampuan Manajemen Pemasaran bagi UKM Kale Cookies. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 2022: 3(3), 577. <https://doi.org/10.33394/jpu.v3i3.6003>
- Álvarez-González, P., Dopico-Parada, A., & LópezMiguens, M. J. What do consumers care about when purchasing experiential packaging? *British Food Journal*. 2024:126(5), 1887–1903. <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2022-0579>
- Badan Standardisasi Nasional. SNI 7690:2015 Abon Ikan. Jakarta: BSN. 2015
- Bakar M M, Setiawan H, Afdal BM, Wahdania dan Usdin. Pelatihan Pembuatan Abon Dan Label Kemasan Produk Olahan Ikan Tuna Di Desa Mola Selatan Kecamatan WangiWangi Selatan Kabupaten Wakatobi Sulawesi Tenggara. *Abdimas Berkarya Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya Abdimas Berkarya*. 2022: 1 (4). <https://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/abdimasberkarya/article/view/978>
- BPOM. Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan. 2018. Jakarta. [https://standarpangan.pom.go.id/dokumen/peraturan/2018/0.PerBPOM 31 Tahun 2018 Label Pangan Olahan 31 Jan 2019 Join.pdf](https://standarpangan.pom.go.id/dokumen/peraturan/2018/0.PerBPOM%2031%20Tahun%202018%20Label%20Pangan%20Olahan%2031%20Jan%202019%20Join.pdf)
- BPOM. Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 26 Tahun 2021: Tentang Informasi Nilai Gizi Pada Label Pangan Olahan. 2021. [https://standarpangan.pom.go.id/dokumen/peraturan/202x/PERATURAN B ADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN NOMOR 26 TAHUN 2021 TENTA NG INFORMASI NILAI GIZI PADA LABEL PANGAN OLAHAN.pdf](https://standarpangan.pom.go.id/dokumen/peraturan/202x/PERATURAN%20BADAN%20PENGAWAS%20OBAT%20DAN%20MAKANAN%20NOMOR%2026%20TAHUN%202021%20TENTANG%20INFORMASI%20NILAI%20GIZI%20PADA%20LABEL%20PANGAN%20OLAHAN.pdf)
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 28 Tahun 2019 tentang Angka Kecukupan Gizi. Jakarta: Kemenkes RI. 2019
- Liu, C., Samsudin, M. R., & Zou, Y. The multidimensional impact of packaging design on purchase intention: a systematic hybrid review. *Humanities and Social Sciences Communications*. 2025:12(1), 1–18. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-05122-1>

- Maryatia, Kulihsari DE. Pemberdayaan Kelompok Wanita Melalui Pelatihan Pembuatan Abonikan Dan Desain Label Kemasan Di Kampung Tanama Kabupaten. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) Universitas Islam Nusantara*. 2023: 13(2).
<https://ojs.uninus.ac.id/JPKM/article/view/2995/1713>
- Murti A dan Urrahma N. Pelatihan Kemasan Produk Umkm Sebagai Penunjang Daya Tarik Desa Wisata. *ABDIMAS: Journal Tourism & Community Service (JTCS)*. 2025: 2(1), Hal 8-17.
- Nawala Visual. (2023). Analisis desain kemasan produk UMKM makanan tradisional lempeng berbahan alami memiliki daya tarik dan ketahanan mutu produk. *Jurnal Nawala Visual*, 4(1), 41–49.
<https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v4i1.340>
- Nugrahani, R. Peran Desain Grafis Pada Label Dan Kemasan Produk Makanan UMKM. *Imajinasi*. 2015: 9(2).
<https://journal.unnes.ac.id/nju/imajinasi/article/view/8846/5795>
- Purnamasari, R., dan Yulianto, A. Pemanfaatan hasil perikanan dalam pengembangan produk pangan tinggi protein bagi masyarakat pesisir. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kelautan*. 2019:4(1), 15–22. <https://semnashppm-fapet.ub.ac.id/assets/img/Prosiding%20SEMNAS%20HPPM%202023.pdf>
- Puspaningrum DHD, Sumandewi NLU, Suryantari EP. PKM Pengolahan Hasil Laut Kelompok Amertha Segara Tanjung Benoa Bali. *Prosiding Seminar Unimus*. 2022 : 5 <https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/view/1230>
- Puspitawati, H. Keamanan pangan dan kualitas kemasan pada produk pangan rumah tangga. *Jurnal Mutu Pangan Indonesia*. 2022: 5(3), 87–96.
- Setiani, M., & Pratiwi, L. Analisis higienitas dan masa simpan pada produk abon ikan. *Jurnal Teknologi Pangan*, 2020:14(1),25–34. <https://semnashppm-fapet.ub.ac.id/assets/img/Prosiding%20SEMNAS%20HPPM%202023.pdf>
- Supriyanto A, Radyanto MR, Indarti M.G. Pelatihan Dan Pendampingan Desain Kemasan untuk Meningkatkan Branding Produk UMKM Desa Manggihan Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (Pengabmas Nusantara)*. 2023:5(4).
<https://ejournal.unimman.ac.id/index.php/pengabmas/article/view/388/368>
- Vinsesia D, Utami Y, Jannah N, Wulandari DI. Penerapan Inovasi Desain Kemasan Sebagai Branding Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*. 2023: 4(3).
<https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1470>
- Wang, X., & Jiang, J. (2024). Visual Analysis of Brand Packaging Design Data Based on CAD and Big Data Technology. *Computer-Aided Design and Applications*. 2024:21(S21), 309–324. <https://doi.org/10.14733/cadaps.2024.S21.309-324>
- Wulandari, D. I., et al. (2023). Pemberdayaan UMKM serbuk herbal lokal melalui inovasi desain kemasan dan label. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*.