



Literasi Pengemasan Ramah Lingkungan Untuk Penguatan Nilai Produk dan Aspek Higiene Pada Kelompok Wanita Tani Kecamatan Bengkayang

**Yeremia Niaga Atlantika^{1*}, Dedy², Maria Angela Siokalang³,
Eligia Monixa Salfarini⁴, Sabinus Beni⁵, Totok Victor Didik Saputro⁶,
Yosua Damas Sadewo⁷, Nani Curapwati⁸**

^{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7} Institut Shanti Bhuana, Bengkayang, Indonesia

⁸ Akademi Kebidanan Singkawang, Indonesia

*Corresponding author: yeremia@shantibhuana.ac.id

Received 23-10-2025

Revised 16-11-2025

Published 12-12-2025

ABSTRAK

Pengabdian pada masyarakat mengenai literasi pengemasan dengan pendekatan ramah lingkungan ini bertujuan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan mengenai pengemasan ramah lingkungan dan pemasaran hasil produk pertanian KWT berbasis digital yang merupakan strategi penguatan nilai produk dan pemenuhan aspek higiene. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi dan pendampingan langsung melalui observasi awal, penjadwalan, pelaksanaan, dan evaluasi. Kegiatan ini dilaksanakan dalam 5 sesi melalui metode ceramah, tanya jawab, literasi pengemasan, literasi strategi pemasaran berbasis digital, workshop desain serta pengemasan produk yang berorientasi pada nilai Kesehatan dan ramah lingkungan, dan evaluasi kegiatan. Hasil pengabdian ini menggambarkan peningkatan nilai produk sebesar 20% setelah dilakukannya pengemasan dan proses pemasaran. Dengan tingkat pemberdayaan KWT sebesar 89,23%. Selain itu, secara teknis dan digital pada aspek pengemasan dan pemasaran mendukung transformasi ekonomi berbasis pangan lokal yang inklusif, berkelanjutan, dan kompetitif secara sosial-ekonomi, sehingga menjadi model efektif dalam pengembangan usaha mikro dan kecil di daerah perbatasan.

Kata kunci: Pengemasan; Ramah Lingkungan; Kelompok Wanita Tani; Strategi Daya saing; Nilai Kesehatan

ABSTRACT

This community service initiative on packaging literacy adopting an environmentally friendly approach aims to enhance understanding and skills in environmentally friendly packaging, as well as digital-based marketing of agricultural products from the KWT (Kelompok Wanita Tani). This serves as a strategy to strengthen product value and ensure hygiene compliance. The methods employed encompass socialization and direct mentoring, conducted through initial observation, scheduling, implementation, and evaluation. The activities were carried out across five sessions, utilizing techniques such as lectures, question-and-answer sessions, packaging literacy, literacy on digital-based marketing strategies, workshops on product design and packaging oriented toward health values and environmental sustainability, and overall activity evaluation. The outcomes of this community service demonstrate a 20% increase in product value following the packaging and marketing processes, alongside an empowerment level for KWT members of 89.23%. Furthermore, from both technical and digital perspectives in packaging and marketing, it supports the transformation of a local food-based economy that is inclusive, sustainable, and socially-economically competitive, thereby serving as an effective model for the development of micro and small enterprises in border regions.

Keywords: Environmental packaging; Eco-friendly; Women Farmers Group; Competitiveness strategy; Health value



PENDAHULUAN

UPT Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Bengkayang bertanggung jawab dalam melaksanakan kegiatan penyuluhan dan pendampingan bagi petani guna meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam menerapkan praktik pertanian yang efisien dan berkelanjutan. Tugas utama unit ini mencakup penyebarluasan informasi terkait teknologi pertanian, penyelenggaraan pelatihan, penguatan kapasitas petani, serta pemantauan dan evaluasi program-program pertanian. Selain itu, UPT Balai Penyuluhan Pertanian berperan dalam memberikan solusi atas permasalahan teknis yang dihadapi petani di lapangan dan mendorong adopsi inovasi pertanian untuk meningkatkan produktivitas serta kesejahteraan ekonomi petani.

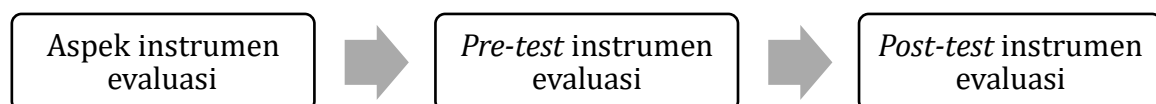
Kelompok Wanita Tani (KWT) di Kecamatan Bengkayang memegang peran vital dalam memperkuat ketahanan pangan setempat, namun kemampuan bersaing produk mereka masih terhambat oleh kualitas kemasan yang belum memenuhi standar kebersihan dan keamanan pangan. Literasi pengemasan yang meliputi pemilihan material yang aman, teknik penyegelan yang tepat, serta penyajian label informatif yang merupakan faktor kunci yang dapat meningkatkan kebersihan produk sekaligus memperkuat kepercayaan konsumen (Nastiti et al., 2024). Pada perspektif kesehatan, kemasan yang tidak higienis berpotensi menimbulkan kontaminasi mikroba yang merusak nilai gizi dan menimbulkan risiko kesehatan, sedangkan pada penelitian terdahulu mengindikasikan bahwa peningkatan pengetahuan mengenai label dan bahan kemasan secara signifikan menurunkan tingkat kontaminasi pada produk olahan KWT (Suyatama & Hastati, 2023). Selain manfaat kesehatan, standar kemasan yang terstandarisasi juga meningkatkan nilai jual; pelatihan pengemasan pada KWT terbukti meningkatkan nilai jual hingga 30 % karena kemasan yang lebih menarik, khususnya di mata konsumen muda yang menilai estetika sebagai faktor utama keputusan pembelian (Sintawati et al., 2025). Oleh karena itu, integrasi literasi pengemasan sebagai strategi terpadu yang menyatukan aspek kesehatan (pencegahan kontaminasi, kepatuhan regulasi) dan aspek bisnis (branding, peningkatan nilai jual) menjadi landasan penting bagi peningkatan kualitas produk serta perluasan akses pasar KWT, sekaligus menjadi rekomendasi kebijakan pemberdayaan perempuan di sektor pertanian.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan diperlihatkan bahwa UPT BP2 saat ini memang masih fokus pada teknis pertanian, belum dalam pengembangan sumber daya manusia dalam lingkup literasi pengemasan, branding, aspek pengelolaan keuangan, dan manajemen kerja. Solusi yang ditawarkan pengabdian ini adalah dengan fokus pemberian nilai tambah pemasaran produk hasil KWT. Kegiatan dilakukan dengan memberikan literasi mengenai pengemasan produk dalam upaya pemberian nilai tambah dalam melakukan pemasaran produk. Proses pengemasan merupakan upaya memberikan nilai tambah produk yang ingin dipasarkan, dimana seringkali pemberian kemasan yang baik akan menjadi strategi pemasaran dalam menarik minat konsumen (Atlantika et al., 2023). Strategi pemasaran melalui kemasan

akan produk yang baik di lingkungan usaha akan berdampak pada peningkatan reputasi serta citra baik produk yang dipasarkan (Mangku et al., 2022). Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan literasi pengemasan ramah lingkungan, memperkuat aspek higiene produk, serta mengembangkan strategi pemasaran digital bagi KWT Kecamatan Bengkayang.

METODE PELAKSANAAN

Mitra dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah UPT BPP Kecamatan Bengkayang. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat di KWT binaan BPP Kecamatan Bengkayang akan dilakukan melalui tahapan-tahapan berikut: (1) Melakukan observasi dan memproses berkas kemitraan UPT BPP Kecamatan Bengkayang; (2) Menentukan penjadwalan pelaksanaan program pengabdian pada masyarakat; (3) Melaksanakan kegiatan pemberian literasi perencanaan pengemasan produk ekonomi yang dihasilkan melalui tahapan-tahapan diantaranya: ceramah, tanya jawab, literasi pengemasan, literasi strategi pemasaran berbasis digital, workshop desain serta pengemasan produk yang berorientasi pada nilai Kesehatan dan ramah lingkungan, dan evaluasi kegiatan. Desain pelaksanaan evaluasi dilakukan dengan mengukur instrumen pemahaman materi, keterampilan desain kemasan, keterampilan teknik pengemasan, penerapan digital marketing, dan kepuasan umum terhadap kegiatan. Instrumen pengukuran dilakukan dengan menggunakan skala likert 1-5. Alur pelaksanaan evaluasi diperlihatkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kegiatan Observasi Awal Bersama UPT BPP Kecamatan Bengkayang

Proses observasi hingga selesai kegiatan pelaksanaan pengabdian pada masyarakat mulai dilakukan pada bulan Maret hingga September 2025. Pada tahapan observasi, tim bersama mitra menggali permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Setelah tahapan observasi, dilakukan penjadwalan kegiatan dalam 5 sesi pertemuan pelaksanaan kegiatan. Setelah dilakukannya rangkaian pelaksanaan kegiatan, kegiatan akhir yang dilaksanakan adalah evaluasi kegiatan dalam forum diskusi bersama mitra. Hasil dari evaluasi akan menggambarkan tingkat capaian keberhasilan pelaksanaan kegiatan.

Tabel 1. Indikator Capaian Keberhasilan

Sesi	Indikator Capaian
Sesi 1	80% peserta dapat menjelaskan manfaat pengemasan: Mengukur pemahaman peserta tentang pentingnya pengemasan.
Sesi 2	75% peserta dapat melakukan pengemasan dengan benar: Mengukur keterampilan praktis peserta dalam teknik pengemasan.
Sesi 3	70% peserta dapat membuat desain kemasan yang kreatif: Mengukur kemampuan peserta dalam merancang kemasan.
Sesi 4	80% peserta dapat melakukan minimal 3 jenis bahan kemasan ramah lingkungan: Mengukur pengetahuan peserta tentang bahan kemasan yang memenuhi unsur higienis dan berkelanjutan.
Sesi 5	80% peserta dapat menyusun rencana rancangan kemasan serta strategi pemasaran produk berbasis digital: Menunjukkan bahwa peserta mampu menerapkan pengetahuan yang didapat dalam konteks pemasaran.

HASIL KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini meningkatkan pemahaman dan keterampilan mengenai pengemasan ramah lingkungan dan higienis sebagai strategi daya saing produk yang dihasilkan oleh KWT. Anggota KWT Kecamatan Bengkayang terdiri dari 20 orang anggota, dengan produk yang dihasilkan berupa tomat, terong, cabai, dan jagung. Dengan produk yang dihasilkan, diharapkan melalui pendampingan yang dilakukan dapat memberikan kesadaran akan aspek kesehatan dari produk yang dipasarkan dengan proses pengemasan ramah lingkungan serta KWT mampu merancang strategi pemasaran dengan memanfaatkan digitalisasi.

Pada kegiatan awal dilaksanakan proses observasi oleh tim bersama mitra terkait permasalahan yang ditemui oleh BPP. Terdapat 2 permasalahan utama yang teridentifikasi, yaitu: (1) belum adanya sistem pengemasan yang memadai dan belum memenuhi aspek higienis pada produk KWT; dan (2) strategi pemasaran masih bersifat konvensional sehingga daya saing produk belum dapat menjangkau konsumen secara luas. Proses observasi tim bersama mitra diperlihatkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Kegiatan Observasi Awal Bersama UPT BPP Kecamatan Bengkayang

Pasca kegiatan observasi, tim bersama mitra melakukan penjadwalan kegiatan. Dalam kegiatan penjadwalan yang dilakukan, pelaksanaan kegiatan diperlihatkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Jadwal Pelaksanaan Pengabdian Pada Masyarakat KWT Kecamatan Bengkayang

Keterangan	Tanggal Pelaksanaan
Pelaksanaan observasi bersama mitra	11 Maret 2025
Penyusunan rencana jadwal kegiatan pendampingan KWT	11 Maret 2025
Literasi mengenai pengemasan ramah lingkungan	25 Mei 2025
Literasi mengenai higiene sebagai aspek kesehatan	27 Mei 2025
<i>Workshop</i> desain kemasan	25 Juli 2025
<i>Workshop</i> pengemasan produk KWT	25 Juli 2025
<i>Workshop</i> perencanaan dan strategi pemasaran berbasis digital	25 Juli 2025
Kegiatan evaluasi	28 September 2025

Pada kegiatan sesi 1 dilaksanakan kegiatan literasi pengemasan ramah lingkungan. Pada kegiatan ini KWT diberikan pemahaman mengenai pentingnya pengemasan ramah lingkungan untuk produk pasca panen yang dihasilkan oleh KWT. Metode pengemasan ramah lingkungan diharapkan dapat memberikan daya saing produk yang ingin dipasarkan (Ignacia et al., 2025). Kegiatan ini memberikan penjelasan mengenai jenis-jenis kemasan ramah lingkungan yang dapat digunakan dalam pemasaran produk hasil pertanian yang dihasilkan KWT. Kemasan yang digunakan antara lain kemasan clamshell eco, biodegradabel, box serat tebu, dan polymailer singkong.



Gambar 3. Kegiatan Literasi Kemasan Ramah Lingkungan

Kegiatan sesi 2 yang dilaksanakan bertemakan higiene sebagai aspek kesehatan. Penerapan prinsip kebersihan secara komprehensif sejak tahap pengemasan, khususnya dalam produksi produk tambahan dari bahan baku tomat, terong, cabai, dan jagung. Dalam aspek pengemasan, pentingnya higiene diperkuat melalui penggunaan kemasan yang aman, bersih, dan sesuai standar *food-grade*, serta penerapan prosedur sterilisasi ruang pengemasan, alat kemas, dan tangan pekerja (Atlantika et al., 2024). Pengemasan dilakukan dalam lingkungan yang terkontrol untuk mencegah kontaminasi silang, serta dilengkapi dengan identifikasi produk yang jelas (Widyastuti et al., 2022). Pendampingan langsung dilakukan untuk mengajarkan KWT cara menyusun kemasan yang efisien, menjamin integritas produk, dan

memperpanjang masa simpan, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan konsumen, nilai jual produk, serta pemberdayaan ekonomi perempuan melalui produksi lokal yang berkesinambungan dan aman secara higiene.



Gambar 4. Kegiatan Higiene Sebagai Aspek Kesehatan

Pada sesi 3, tim bersama dengan anggota KWT melaksanakan workshop desain kemasan. Kegiatan ini dilaksanakan dengan menggunakan sarana laboratorium komputer dan *Platform Canva*. Pada kegiatan ini anggota KWT diberikan praktik pembuatan desain label kemasan yang nantinya akan digunakan sebagai identitas produk. Kegiatan ini dirancang secara ilmiah untuk mengintegrasikan elemen estetika, informasi fungsional, dan prinsip keamanan pangan dalam desain kemasan, guna meningkatkan daya saing produk lokal di pasar (Afriansyah et al., 2024). *Workshop* difokuskan pada penerapan pendekatan berbasis teknologi digital dalam pengembangan visual identity, dimana anggota KWT dilatih dalam konstruksi layout yang optimal, pemilihan tipografi dan palet warna yang sesuai dengan karakter produk, serta integrasi informasi kritis seperti komposisi bahan, manfaat kesehatan, tanggal produksi, dan masa kedaluwarsa (Jakaria et al., 2024). Proses desain juga menekankan fungsi protektif kemasan terhadap kontaminasi silang dan kerusakan fisik, sekaligus memperkuat budaya higiene melalui edukasi visual di permukaan kemasan (Prayitno et al., 2024). Hasil akhir desain kemasan tidak hanya menjadi alat pemasaran yang efektif, tetapi juga memperkuat branding lokal yang berkelanjutan, berbasis data, dan memenuhi standar praktik terbaik industri pangan, sehingga mendukung transformasi digital dan pemberdayaan ekonomi perempuan dalam ekosistem produksi pangan lokal yang berkelanjutan.



Gambar 5. *Workshop* Desain Kemasan

Sesi 4 pelaksanaan pengabdian pada masyarakat dilaksanakan dalam bentuk *workshop* pengemasan produk. Kegiatan ini menindaklanjuti hasil desain label dan kemasan pada sesi 3. *Workshop* ini dirancang secara ilmiah untuk memperkuat aspek keamanan pangan dan daya saing produk melalui pendekatan sistematis dalam proses pengemasan yang higienis, efisien, dan sesuai standar industri (Nurwidiana et al., 2019). Peserta dilatih dalam penerapan prinsip pengemasan berbasis risiko, dengan fokus pada pemilihan bahan kemasan *food-grade* yang tahan terhadap perubahan lingkungan, prosedur sterilisasi ruang dan peralatan pengemasan, serta penggunaan teknik pengemasan yang menjaga integritas produk secara fisik dan mikrobiologis (Jamrianti, 2021). Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman mendalam mengenai pentingnya kemasan sebagai media komunikasi, termasuk pencetakan informasi produktif seperti tanggal produksi, masa kedaluwarsa, kondisi simpan, serta nilai gizi dan manfaat kesehatan dari produk olahan (Ray & Islam, 2022). Dengan memanfaatkan simulasi praktik lapangan dan pendampingan langsung, *workshop* ini mendorong terbentuknya kapasitas lokal dalam menghasilkan produk yang tidak hanya aman dan berkualitas tinggi, tetapi juga memiliki nilai jual yang kompetitif di pasar lokal maupun digital, sekaligus memperkuat pemberdayaan ekonomi perempuan melalui inovasi berkelanjutan dalam rantai nilai pangan lokal (Satria et al., 2025).



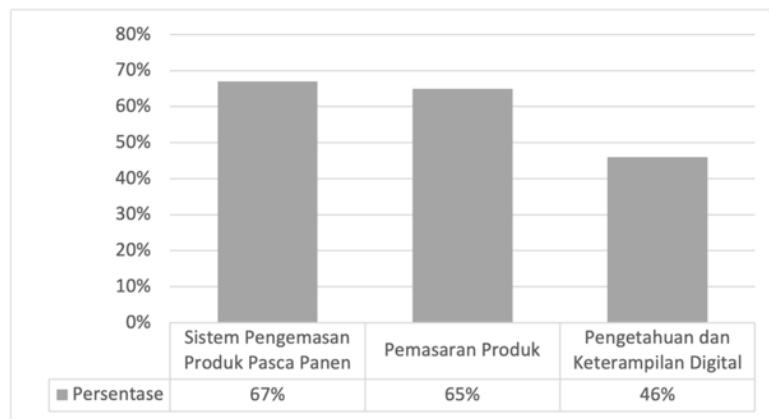
Gambar 6. *Workshop* Pengemasan Produk

Pada sesi terakhir yaitu sesi 5, KWT diajak untuk dapat memasarkan produk yang telah dibuat pada sesi 3 dan 4. KWT didampingi untuk merancang strategi pemasaran berbasis digital dengan menggunakan *website*. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan akses distribusi dan daya jual produk melalui pendekatan berbasis teknologi informasi, di mana KWT dilatih dalam penyusunan konten digital yang informatif dan menarik, optimalisasi tampilan produk, serta integrasi informasi hygiene, manfaat kesehatan, dan sistem pembayaran digital namun tetap sederhana (Atlantika et al., 2025). Pendampingan menyeluruh memperkuat kapasitas digital lokal, mendorong transformasi ekonomi berkelanjutan, serta memperkuat branding produk lokal dalam ekosistem pasar digital yang inklusif dan berkelanjutan.



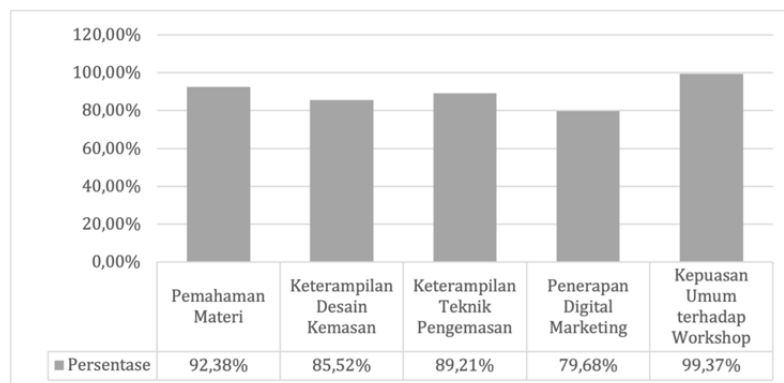
Gambar 7. *Workshop* Perencanaan Pemasaran Dan Strategi Pemasaran Berbasis Digital

Setelah seluruh rangkaian pelaksanaan sesi pertemuan telah selesai, tahap akhir dalam kegiatan ini adalah evaluasi pelaksanaan kegiatan. Pada tahapan observasi diketahui tingkat pemahaman anggota KWT mengenai pengemasan dan pemasaran produk adalah rata-rata sebesar 59%, dengan rincian instrumen pengukuran diperlihatkan pada Gambar 7.



Gambar 8. Presentase Pengetahuan dan Pemahaman Awal Mengenai Pengemasan Dan Pemasaran

Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan menggunakan kuesioner berskala likert dengan pendekatan indikator capaian yang telah ditentukan pada Tabel 1, rata-rata tingkat pemberdayaan mitra terhadap kegiatan ini sebesar 89,23%. Rincian instrumen pengukuran diperlihatkan pada Gambar 8.



Gambar 9. Presentase Tingkat Pemberdayaan Mitra

Adapun peningkatan nilai produk pertanian KWT pasca pengemasan menggunakan pendekatan ramah lingkungan dan pemasaran berbasis digital adalah sebesar 20% dari harga jual sebelum dilakukannya pengemasan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat secara berkelanjutan dalam 5 sesi, dapat disimpulkan secara ilmiah bahwa pendekatan terintegrasi yang menggabungkan penerapan prinsip higiene dalam fase pasca panen, desain kemasan produk, serta penyiapan strategi pemasaran berbasis website telah meningkatkan kualitas, daya tahan, keamanan pangan, dan daya saing produk olahan tomat, terong, cabai, dan jagung yang dihasilkan oleh Kelompok Wanita Tani. Pendekatan ini menunjukkan efektivitas dalam membangun kapasitas lokal melalui transfer teknologi digital dan literasi pemasaran, yang pada gilirannya memperkuat ketahanan ekonomi dan keberlanjutan produktif perempuan pedesaan. Temuan ini mendukung model pendekatan partisipatif dan berbasis bukti dalam pengembangan ekonomi kerakyatan berbasis pangan lokal, yang menunjukkan bahwa inovasi teknis dan digital dapat menjadi pendorong utama dalam transformasi struktural sektor pertanian di daerah perbatasan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Institut Shanti Bhuana yang telah mendukung penuh kegiatan ini. Selain itu, ucapan terima kasih kepada UPT BPP Kecamatan Bengkayang serta tim pelaksana yang telah berkontribusi pada pelaksanaan dari awal hingga akhir kegiatan pengabdian pada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah, D., Zainuri, Z., Nofrida, R., Utama, Q. D., Anggraini, I. M. D., Pertiwi, M. G. P., Rahayu, N., & Kirtiyan, N. K. A. A. (2024). Peningkatan Daya Saing UMKM Kopi di Desa Pakuan Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat Melalui Pelatihan Pengemasan Produk Berkualitas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 4(6).
- Atlantika, Y. N., Lumbantobing, W. L., Vuspitasari, B. K., & Beni, S. (2023). Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Pengemasan Produk Ekonomi Kreatif Lokal Desa Sebente Kabupaten Bengkayang. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 204–216. <https://doi.org/10.31571/gervasi.v7i1.4557>
- Atlantika, Y. N., Salfarini, E. M., Beni, S., Saputro, T. V. D., & Siokalang, M. A. (2024). Pengembangan Pengemasan dan Legalitas Produk UMKM Kripik Koe Bengkayang di Daerah Perbatasan. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(3 SE-Articles), 1879–1887. <https://doi.org/10.33379/icom.v4i3.5116>
- Atlantika, Y. N., Salfarini, E. M., Gudiato, C., Yuda, Elisabet, A., & Jimmy, P. (2025). Peningkatan Produktivitas Kwt Berbasis Grow Coaching Model Dalam Mengimplemntasikan Green Economy: Pengemasan Dan Digitalisasi Pemasaran Produk. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 9(4), 4428–4442. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jmm.v9i4.33466>

- Ignacia, J. E., Safitri, S., Zunaidi, A., Romansyah, N., Safitri, L. D., Batavia, M. A., Ainina, A. N., & Putri, F. D. R. (2025). Inovasi Kemasan Ramah Lingkungan untuk Produk Gula Merah: Pelatihan Branding bagi UMKM Kampung Baduy Mualaf Lembah Barokah Ciboleger. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 185–191.
- Jakaria, R. B., Iswanto, I., Widodo, E., & Kusumawardani, P. A. (2024). Persepektif Desain Produk: Merancang Atribut Produk. In *Umsida Press*.
- Jamrianti, R. (2021). *Pengemasan dan Pelabelan Pangan: Packaging as a Product Communications*. AE Publishing.
- Mangku, D. G. S., Yuliartini, N. P. R., Suarmanayasa, I. N., Nur, I., & Setianto, M. J. (2022). Pengemasan Dan Strategi Pemasaran Produk Garam Tradisional Di Desa Les, Kecamatan Tejakula, Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia (Indonesian Journal of Legal Community Engagement) JPHI*, 5(2), 134–158.
- Nastiti, P. R., Meiriyanti, R., & Sijabat, R. (2024). Eskalasi Daya Saing UMKM di Desa Gonoharjo Melalui Inovasi Pelabelan, Pengemasan, dan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 4(6).
- Nurwidiana, N., Fatmawati, W., & Masidah, E. (2019). Pendampingan proses produksi dan kemasan produk industri kecil minuman herbal. *Community Empowerment*, 4(2), 57–65.
- Prayitno, S. A., Ningrum, S., Safitri, N. M. A., Hasanah, K. M., & Meisyah, A. A. (2024). Sosialisasi Standar Pengemasan Produk Pangan di Unit Usaha SMK Muhammadiyah 3 Gresik. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1).
- Ray, I., & Islam, M. A. (2022). Perancangan brand identity dan media sosial Triversa sebagai sarana untuk meningkatkan brand awareness. *BARIK-Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 3(3), 221–235.
- Satria, V. Y., Al-Fikri, M. S., Nabillah, S. Q., Prasetyo, D., & Abror, S. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing untuk meningkatkan nilai jual produk di Desa Dukuh Menanggal Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3), 1066–1078.
- Sintawati, E., Hapsari Kusumawardani, Nurul Aini, A. Mita, Chatrin Natalia Marrung, Fitria Sahida, Iffah Afifah, & Siti Ubaidah. (2025). Pelatihan Kemasan Produk dan Pemasaran Digital bagi Ibu Rumah Tangga di Daerah Wisata. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(4), 3019–3023. <https://doi.org/10.31949/jb.v6i4.14969>
- Suyatama, N. E., & Hastati, D. Y. (2023). Edukasi Teknologi Pengawetan Penggunaan Btp Dan Pengemasan Pangan Untuk Memperpanjang Masa Simpan Produk Olahan Pangan Di Umkm Payakumbuh. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2).
- Widyastuti, R., Handayani, C. B., Tari, A. I. N., Arianti, Y. S., Dewati, R., & Aini, M. N. (2022). Strategi Pemasaran melalui Pengembangan Teknik Pengemasan dan Pelabelan Merek Dagang terhadap Produk Nugget Jamur Tiram pada UMKM Jamur Tiram Safa Group Desa Ngunut Kelurahan Sonorejo Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Sukoharjo. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5.