

## **Pelatihan Dan Penyuluhan Cara Pembuatan Kemasan Produk Berdaya Saing Global Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Panongan Kecamatan Panongan Kabupaten Tangerang**

Taufik<sup>1</sup>, Yusup Purwanto<sup>2</sup>, Edi Suprapto<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Teknik, Program Studi Teknik Industri , Universitas Pamulang

Jl. Surya Kencana No. 1 Pamulang – Indonesia, 15417

e-mail: [1dosen01332@unpam.ac.id](mailto:1dosen01332@unpam.ac.id), [2dosen00211@unpam.ac.id](mailto:2dosen00211@unpam.ac.id), [3dosen02509@unpam.ac.id](mailto:3dosen02509@unpam.ac.id)

### **Abstrak**

*Kemasan produk memiliki peran penting dalam melindungi produk, memperpanjang umur simpan, serta meningkatkan daya tarik dan nilai jual. Proses pembuatan kemasan produk melibatkan beberapa tahapan, mulai dari perancangan desain, pemilihan bahan kemasan, proses produksi, hingga pengendalian kualitas. Tahap perancangan bertujuan menghasilkan desain yang fungsional, ergonomis, dan sesuai dengan karakteristik produk. Pemilihan bahan kemasan disesuaikan dengan sifat produk, seperti ketahanan terhadap kelembapan, cahaya, dan kontaminasi. Proses produksi kemasan dilakukan menggunakan metode tertentu, seperti pencetakan, pembentukan, dan penyegelan, dengan memperhatikan efisiensi dan standar keselamatan kerja. Tahap akhir adalah pengujian dan pengendalian kualitas untuk memastikan kemasan memenuhi standar mutu dan keamanan. Dengan penerapan proses pembuatan kemasan yang tepat, diharapkan produk dapat terlindungi secara optimal serta memiliki daya saing yang tinggi di pasar. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan inovasi dalam pembuatan kemasan produk yang berdaya saing global di Desa Serdang Kulon, Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang. Sasaran utama dari kegiatan ini adalah ibu rumah tangga dan ibu-ibu Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK), kegiatan ini dilaksanakan di Balai Desa. Metode pelaksanaan pengabdian mencakup penyuluhan dan pelatihan. Hasil dari pengabdian ini adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam pembuatan kemasan produk. Pengabdian kepada masyarakat tentang pembuatan kemasan produk yang dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Panongan.*

**Kata kunci:** Kemasan Produk, UMKM, Daya Saing

### **1. PENDAHULUAN**

Dalam dunia bisnis, produk yang baik saja tidak cukup untuk menarik perhatian konsumen. Kemasan produk memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Selain berfungsi sebagai pelindung, kemasan juga menjadi media komunikasi visual antara produsen dan konsumen. Oleh karena itu, pembuatan kemasan produk harus direncanakan dengan baik agar mampu menarik perhatian pasar sasaran.

Selama berabad-abad, fungsi sebuah kemasan hanyalah sebatas untuk melindungi barang atau mempermudah barang untuk dibawa. Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin kompleks, barulah terjadi penambahan nilai-nilai fungsional dan peranan kemasan dalam pemasaran mulai diakui sebagai satu kekuatan utama dalam persaingan pasar. Menjelang abad pertengahan, bahan-bahan kemasan terbuat dari kulit, kain, kayu, batu, keramik dan kaca. Tetapi pada jaman itu, kemasan masih terkesan seadanya dan lebih berfungsi untuk melindungi barang terhadap pengaruh cuaca atau proses alam lainnya yang dapat merusak barang. Selain itu, kemasan juga berfungsi sebagai wadah agar barang mudah dibawa selama dalam perjalanan. Baru pada tahun 1980-an di mana persaingan dalam dunia usaha semakin tajam dan kalangan produsen saling berlomba untuk merebut perhatian calon konsumen, bentuk dan model kemasan dirasakan sangat penting peranannya dalam strategi pemasaran. Kemasan, atau *packaging*, bukan hanya sekadar wadah pembungkus, tetapi telah berevolusi menjadi

salah satu komponen strategis dalam pemasaran produk. Dalam persaingan pasar yang ketat, kemasan berperan sebagai "wiraniaga diam" (*silent salesman*) yang bertugas menarik perhatian konsumen, menyampaikan informasi, dan membangun citra merek (*brand image*). Pembuatan kemasan produk yang efektif memerlukan pertimbangan matang dari aspek fungsional, estetika, ekonomi, hingga keberlanjutan. Kegagalan dalam merancang kemasan dapat berakibat pada penurunan kualitas produk, kendala distribusi, bahkan penolakan konsumen. Oleh karena itu, studi mendalam mengenai proses dan prinsip pembuatan kemasan produk menjadi sangat relevan.

Hal yang menjadi kelebihan pada desain kemasan yang memang sangat diperhatikan oleh konsumen sebagai bahan pertimbangan mereka dalam melakukan keputusan pembelian yaitu, desain grafis kemasan dengan visual yang menarik, warna yang menarik, dimensi ukuran yang sesuai dengan kapasitas, ekonomis, kepraktisan, estetika, dan juga ramah lingkungan (Dhameria dan Abstraksi, 2014). Dalam dunia marketing terdapat dua istilah tentang kemasan yang sangat akrab bagi pelaku usaha, pertama "Packaging is a King" dan yang kedua "Packaging is a Silent Sales Person". Kedua istilah tersebut menunjukkan bahwa kemasan merupakan hal yang sangat penting (Metekohy dkk., 2022). Sebagian UMKM ada yang fokus hanya pada proses produksi dan mengabaikan pengemasannya. Bahkan ada yang beranggapan bahwa kemasan menambah biaya produksi padahal kemasan memberikan banyak manfaat seperti memberikan perlindungan yang optimal terhadap kerusakan, dapat digunakan sebagai identifikasi dan informasi yang efektif bagi konsumen (Sayatman dkk., 2018).

Ruang lingkup bidang pengemasan saat ini juga sudah semakin luas, dari mulai bahan yang sangat bervariasi hingga model atau bentuk dan teknologi pengemasan yang semakin canggih dan menarik. Bahan kemasan yang digunakan bervariasi dari bahan kertas, plastik, gelas, logam, fiber hingga bahan-bahan yang dilaminasi. Namun demikian pemakaian bahan-bahan sepertipapan kayu, karung goni, kain, kulit kayu, daun-daunan dan pelepasan dan bahkan sampai barang-barang bekas seperti koran dan plastik bekas yang tidak etis dan higienis juga digunakan sebagai bahan pengemas produk pangan. Bentuk dan teknologi kemasan juga bervariasi dari kemasan botol, kaleng, tetrapak, corrugated box, kemasan vakum, kemasan aseptik, kaleng bertekanan, kemasan tabung hingga kemasan aktif dan pintar yang dapat menyesuaikan kondisi lingkungan.

Dalam pengemasan saat ini banyak menggunakan bahan kertas, plastik, gelas, logam serta fiber yang relatif mudah didapat serta tahan untuk dijadikan kemasan pangan. Bahan kemasan ini memiliki banyak keunggulan lainnya seperti kertas yang mudah dibentuk, tidak dapat dipanaskan, fleksibel, mudah diberi hiasan. Plastik yang fleksibel, tahan panas, tidak tembus udara, dan juga mudah dibentuk serta mudah didapat saat ini. Logam memiliki sifat kuat, bentuk kaku, dapat dilakukan pemanasan, serta ringan. Dari uraian pembahasan latar belakang diatas, maka Kami tertarik untuk melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat yang bertemakan tentang bagaimana pentingnya arti Kemasan Produk dalam UMKM, sehingga menjadikan Kemasan Produk ini menjadi unggulan dalam mengelola UMKM.

Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mendeskripsikan keberadaan Home Industry yang ada di wilayah Desa Panongan, Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang. Mengetahui hambatan-hambatan yang dialami oleh pemilik usaha Home Industry dalam mengembangkan usahanya. Teknik dan metode yang digunakan dalam PKM ini melalui penyuluhan, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil dari PKM ini dapat memberdayakan masyarakat sekitarnya terutama ibu-ibu rumah tangga, dapat membantu masyarakat yang berekonomi rendah dalam meningkatkan taraf hidupnya dan juga dapat mengurangi penganguran.

Aktivitas pemberdayaan masyarakat berada di tangan masyarakat itu sendiri dengan bertitik tolak dari masyarakat, dilaksanakan oleh masyarakat dan manfaatnya untuk masyarakat atau dengan istilah lain pendidikan berbasis pada masyarakat. Hal ini merupakan salah satu cara untuk membangun rasa memiliki dan tanggung jawab dalam membangun dan mengembangkan program pemberdayaan di

dalam masyarakat. Hal ini, diperkuat dengan pendapat Yunus (2004:3) yang mengungkapkan bahwa terdapat lima prinsip dasar yang patut diperhatikan dalam proses pemberdayaan masyarakat, diantaranya adalah :

1. Keperdulian terhadap masalah, kebutuhan dan potensi/ sumberdaya masyarakat;
2. Kepercayaan timbal balik dari pelayanprogram dan dari masyarakat pemilik program;
3. Fasilitasi (pemerintah) dalam membantu kemudahan masyarakat dalam berbagai proses kegiatan;
4. Adanya partisipatif, yaitu upaya melibatkan semua komponen lembaga atau individu terutama warga masyarakat dalam proses kegiatan dan
5. Mengayomi peranan masyarakat dan hasil yang dicapai.

Berdasarkan latar belakang di atas, kami dari Tim Prodi Teknik Industri Universitas Pamulang (UNPAM) melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang berjumlah 3 Dosen, merasa terpanggil untuk ikut serta dalam membantu memecahkan persoalan yang dihadapi Masyarakat Desa Panongan, Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang, dengan mengadakan pembinaan untuk menciptakan usaha berbasis Home Industri. PKM yang kami akan laksanakan berjudul “ Pelatihan dan Penyuluhan Cara Pembuatan Kemasan Produk Berdaya Saing Global dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Panongan, Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang“.

## **2. METODE PENGABDIAN**

Metode yang akan digunakan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah melalui kegiatan: Penyuluhan, diskusi dan simulasi, dengan materi:

### 1. Penyuluhan.

Materi penyuluhan adalah pelatihan bagaimana cara membuat kemasan produk yang dapat bersaing secara Global, dalam upaya meningkatkan kesejahteraan Masyarakat. Tujuan penyuluhan ini adalah memberikan ilmu dan wawasan baru kepada ibu-ibu PKK dan karang taruna bagaimana cara membuat kemasan produk yang baik dan benar, sehingga terbuka pikiran serta tumbuh minat dan motivasi dalam diri mereka untuk berwirausaha dan penyuluhan ini disampaikan dalam bentuk ceramah dan tanya jawab kepada peserta.

### 2. Pelatihan

Materi pelatihan adalah bagaimana cara mencari peluang usaha menciptakan usaha dalam pembuatan kemasan produk sebagai produk UMKM yang dapat bersaing diera digitalisasi. Pelatihan tersebut disampaikan dalam bentuk ceramah yang dilanjutkan dengan eksperimen langsung dan tanya jawab tentang bagaimana cara membuat kemasan produk yang berdaya saing Global. Pelatihan dilaksanakan sampai semua peserta mengerti. Materi pelatihan adalah bagaimana cara mencari peluang usaha menciptakan inovasi makanan berbahan dasar lokal sebagai produk UMKM yang dapat bersaing diera digitalisasi. Pelatihan tersebut disampaikan dalam bentuk ceramah yang dilanjutkan dengan eksperimen

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### a. Hasil

Kegiatan pengabdian ini dilakukan di Desa Panongan, Kecamatan Panongan Kabupaten Tangerang. Kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

### 1) Koordinasi dengan pihak-pihak yang terkait

Koordinasi tim pengabdian kepada masyarakat Program Studi Teknik Industri dilakukan dengan mitra yaitu Kepala Desa Panongan Kecamatan Panongan Kabupaten Tangerang, Banten. Pada kegiatan ini tim pengabdian dan mitra membahas tentang kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang akan dilaksanakan, tempat dan waktu pelaksanaan penyuluhan dan pelatihan. Pada pertemuan ini ada beberapa hal yang disepakati, yaitu kegiatan pengabdian kepada masyarakat, waktu dan tempat pelaksanaan penyuluhan tentang UMKM.



Gambar 1. Pemaparan Materi

### 2) Persiapan penyuluhan dan pelatihan

Persiapan kegiatan ini adalah bagaimana menyampaikan tentang hal-hal yang perlu dipersiapkan dalam membuat Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berdaya saing Global melalui cara bagaimana membuat kemasan produk. Modul pelatihan berisi tentang bagaimana cara mempersiapkan segala sesuatunya, termasuk jika menghadapi kendala yang ditemui.

### 3) Pembuatan Kemasan Produk Berdaya Saing Global.

Pengabdian masyarakat pada ibu-ibu di Desa Panongan telah menjadi upaya yang sangat berarti dalam memperkenalkan bagaimana cara pembuatan kemasan produk yang berdaya saing global. Melalui kerjasama yang erat dengan komunitas lokal, program ini berhasil memberikan pelatihan dan wawasan yang berharga kepada para ibu-ibu di desa tersebut.

Selama pelatihan, para ibu diajarkan tentang teknik-teknik bagaimana cara membuat kemasan produk yang berdaya saing global yang tepat. Mereka memahami pentingnya membuat kemasan produk yang berkualitas dan proses persiapan yang benar sebelum pembuatan. Dalam setiap langkahnya, pengabdian masyarakat berfokus pada pemilihan bahan baku, sehingga produk akhirnya tetap berkualitas baik dan tahan kuat saat digunakan konsumen.

Pembuatan kemasan produk ini tidak hanya memberikan keterampilan baru kepada para ibu, tetapi juga membuka peluang ekonomi baru bagi mereka. Dengan menghasilkan produk kemasan tersebut membuat para ibu dapat menjual produk ini secara lokal atau bahkan mengembangkan jaringan pemasaran yang lebih luas. Hal ini dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga dan membantu menciptakan lapangan kerja tambahan di desa.

Pengabdian masyarakat ini juga memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat Desa Panongan secara keseluruhan. Selain mendukung ekonomi lokal, pembuatan kemasan produk juga mempromosikan penggunaan sumber daya lokal yang berkelanjutan. Ini adalah contoh nyata bagaimana pendekatan partisipatif dan edukasi dapat membawa perubahan positif dalam komunitas pedesaan, menggerakkan potensi

inovasi, dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Pengemasan adalah suatu proses pembungkusan, pewadahan atau pengepakan suatu produk dengan menggunakan bahan tertentu sehingga produk yang ada di dalamnya bisa tertampung dan terlindungi. Sedangkan kemasan produk adalah bagian pembungkus dari suatu produk yang ada di dalamnya. Pengemasan ini merupakan salah satu cara untuk mengawetkan atau memperpanjang umur dari produk-produk pangan atau makanan yang terdapat di dalamnya.

Berikut adalah pemaparan bagaimana cara membuat kemasan produk berdaya saing global, seperti yang terlihat pada **gambar 2** berikut ini :



**Gambar 2.** Pemaparan Materi

Setelah prosesi kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah selesai dilakukan, seperti biasa, Dosen, Mahasiswa dan Ibu-ibu peserta pelatihan pembuatan kemasan produk berfoto bersama, seperti yang terlihat pada Gambar 3 di bawah:



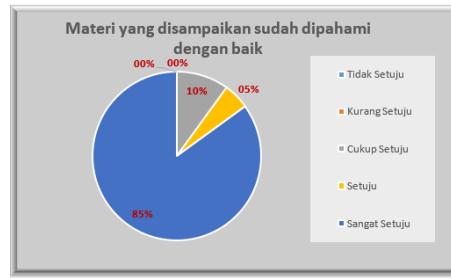
**Gambar 3.** Foto Bersama dengan para Peserta

Setelah sesi penyuluhan, simulasi dan diskusi selesai, dilakukan penyebaran kuesioner berupa *google form* untuk mengevaluasi tingkat pemahaman terkait materi PKM yang sudah disampaikan serta mengidentifikasi ketertarikan peserta untuk keberlanjutan program PKM pada topik cara pembuatan kemasan produk.. Terdapat 20 peserta yang mengisi kuesioner tersebut dimana hasil dari survei kuesioner dipresentasikan pada **Tabel 1** di bawah.

**Tabel 1.** Hasil kuesioner Tanggapan Peserta PKM

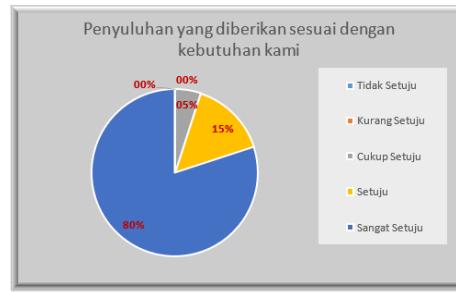
Instrumen kuesioner	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Total
Materi yang disampaikan sudah dipahami dengan baik	0	0	2	1	17	20
Penyuluhan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan kami	0	0	1	3	16	20
Perlu diadakan pelatihan yang berkesinambungan	0	0	1	2	17	20

Berdasarkan data tanggapan 20 orang peserta PKM pada **Tabel 1** di atas, Pada *instrument* pertama, terdapat 85% peserta menjawab sangat setuju, 5% peserta menjawab setuju dan 10% peserta menjawab cukup setuju bahwa materi yang disampaikan sudah dipahami dengan baik oleh peserta. **Gambar 2** mempresentasikan persentase tanggapan peserta PKM terhadap *instrument* pertama. Tanggapan ini membuktikan bahwa terjadinya peningkatan. Pemahaman peserta PKM pada perencanaan kebutuhan persediaan produk UMKM dan *awareness* untuk memaksimalkan operasional UMKM sehingga lebih efektif dan efisien.



**Gambar 5.** Diagram survei pemahaman peserta PKM pada *instrument* pertama

Pada *instrument* kedua, yaitu kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta penagbdian, terdapat 80% peserta menjawab sangat setuju, 15% peserta menjawab setuju dan 5% peserta menjawab cukup setuju bahwa penyuluhan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta PKM. Dari tanggapan tersebut maka dapat dikatakan bahwa materi penyuluhan yang disampaikan relevan, tepat sasaran, dan mampu menjawab permasalahan yang dihadapi peserta PKM. **Gambar 4** mempresentasikan persentase tanggapan peserta PKM terhadap *instrument* kedua.



**Gambar 6.** Diagram survei pemahaman peserta PKM pada *instrument* kedua

Kemudian pada *instrument* ketiga, terdapat 70% peserta yang menjawab sangat setuju, 20% peserta menjawab setuju dan 10% peserta menjawab cukup setuju bahwa perlu diadakan pelatihan yang berkelanjutan. **Gambar 7** mempresentasikan persentase tanggapan peserta PKM terhadap *instrument* ketiga. Tanggapan tersebut menunjukkan bahwa mayoritas peserta memiliki kebutuhan dan harapan yang tinggi terhadap keberlanjutan kegiatan penyuluhan. Mereka juga menilai bahwa pelaksanaan PKM dengan topik terkait merupakan penyuluhan yang bermanfaat sehingga perlu dilanjutkan secara berkesinambungan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta.



**Gambar 7.** Diagram survei pemahaman peserta PKM pada *instrument* ketiga

#### 4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengamatan dan interview secara sampling terhadap peserta, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan PKM memberikan wawasan tambahan bagi peserta mengenai kemasan untuk menunjang pertumbuhan usaha UMKM, selain itu, pelaku UMKM juga mendapatkan pengetahuan dasar tentang label sebagai informasi tentang produk yang dipasarkan.

Dalam PKM ini juga menekankan pentingnya penyajian produk secara menarik. Hal ini diharapkan secara nyata dapat membantu mendapatkan perhatian yang lebih dari calon konsumen saat melihat kemasan produk yang ditawarkan. Dengan mengikuti PKM, selain mendengarkan pemaparan mengenai pentingnya kemasan serta label produk, para peserta juga melakukan diskusi mengenai metode untuk meningkatkan daya tarik produk seperti penambahan atribut lain yang dapat menambah rasa ingin tahu calon konsumen seperti penggunaan sticker, kalimat yang menarik sebagai promosi, dan lainnya. Diharapkan dengan adanya diskusi mengenai kendala ini, dapat menjadi tambahan pengetahuan pemasaran modern:

Pelatihan ini diberikan dalam upaya meningkatkan taraf hidup Masyarakat Desa Panongan, Kecamatan Panongan, dalam penyuluhan ini dapat diambil kesimpulan :

1. Program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan dan pengetahuan para ibu dalam membuat kemasan produk, tetapi juga membantu meningkatkan ekonomi lokal serta meminimalisir limbah pertanian yang tidak dimanfaatkan.
2. Dengan memanfaatkan kerajinan pembuatan kemasan produk, ibu-ibu di Desa Panongan mampu menciptakan variasi kemasan produk yang menjadi alternatif menarik dalam konsumen membeli kemasan produk.
3. Kegiatan ini juga dapat meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan masyarakat Desa Panongan dalam mencari usaha UMKM berdaya saing Global, sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat menumbuhkan jiwa wirausaha untuk meningkatkan ekonomi masyarakat di Panongan, Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang.

## 5. SARAN

Saran yang diberikan peserta bagi dosen pelaksana PKM adalah agar kegiatan ini dapat dilakukan secara berkelanjutan, terutama untuk pendampingan dalam proses Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini. Selain itu diperlukan diskusi lebih lanjut untuk metode bagaimana cara membuat kemasan produk yang efektif dan efisien serta bagaimana untuk pemasarannya. Dengan adanya kegiatan PKM ini diharapkan dapat membantu pelaku UMKM untuk lebih baik dalam menjalankan aktivitas usahanya dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Adapun beberapa saran yang diberikan antara lain :

1. Masyarakat diharapkan dapat menerapkan teknik pengemasan cara pembuatan kemasan produk yang telah diajarkan guna meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk.
2. Mitra perlu memperhatikan desain label, informasi produk, serta identitas merek pada kemasan agar produk lebih mudah dikenali oleh konsumen.
3. Untuk meningkatkan pemasaran, masyarakat disarankan menggunakan kemasan yang konsisten dalam ukuran dan kualitas sehingga menciptakan citra produk yang profesional.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada masyarakat, rekan-rekan dosen, mahasiswa teknik industri Universitas Pamulang, LPPM Universitas Pamulang, serta masyarakat Desa Panongan, Tangerang , Banten sehingga pengabdian kepada masyarakat ini dapat diselesaikan dengan baik

**DAFTAR PUSTAKA**

- Amelia, Devina, dan Eko AB Oemar. 2017. "Perancangan Desain Kemasan Peppy's Snack Surabaya." *Jurnal Seni Rupa* 5 (3): 584–90. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/va/article/view/21695>.
- Anggraeni, D., S. Kumadji, dan S. Sunarti. 2016. "PENGARUH KUALITAS PRODUKTERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN ( Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 37 (1): 171–77.
- Apriyanti, Masayu Endang. 2018. "Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan." *Sosio e-kons* 10 (1): 20. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>.
- Amilna. 2016. Packaging - Kemasan. <https://amilna.inweb.id/artikel/8- Packaging+-+Kemasan/> [diakses 23 Februari 2023]
- Ammariah, Hani. 2023. Desain Grafis: Pengertian, Unsur & Prinsip Dasar | SMK Kelas 10. <https://www.ruangguru.com/blog/unsur-dan-prinsip-dasar-desain-grafis> [diakses 15 Maret 2023]
- Anggi. 2020. Pengertian Kemasan Produk: Jenis, Tujuan, dan Manfaatnya untuk Bisnis. <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-kemasan-produk/> [diakses 23 Februari 2023]
- Dhameria, Vita, dan Sab Abstraksi. 2014. "ANALISIS PENGARUH KEUNIKAN DESAIN KEMASAN PRODUK, KONDUSIVITAS STORE ENVIRONMENT, KUALITAS DISPLAY PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF (Studi pada Pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang)." *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* XIII (1): 1–44.
- Elisabeth Y Metekohy, Fatimah, Darna, Yenni Nuraeni, Endang Purwaningrum. 2022. "EVALUASI DAN INOVASI DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM KOTA DEPOK – JAWA BARAT." *Ekonomi Bisnis* 21 (2): 140–49.
- Musfar, Tengku Firli, SE., MM. 2021. *MANAJEMEN PRODUK DAN MEREK*. Diedit oleh Rintho R Rerung. Bandung: MEDIA SAINS INDONESIA.
- Njoto, Tommy Kurniawan. 2016. "Cita Rasa Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bumi Anugerah." *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 1 (4): 455–63.
- Said, Abdul Azis. 2016. "Desain Kemasan." *Desain Kemasan*, 1–201. [http://eprints.unm.ac.id/4214/0Ahttp://eprints.unm.ac.id/4214/1/Tentang\\_Kemasan.pdf](http://eprints.unm.ac.id/4214/0Ahttp://eprints.unm.ac.id/4214/1/Tentang_Kemasan.pdf).
- Sari, Ni Luh Desi In Diana. 2013. "Elemen visual kemasan sebagai strategi komunikasi produkfile:///C:/Users/LENOVO/Downloads/scholar (29).ris." *Profetik: Jurnal Komunikasi* 6 (1): 43–52.
- Sayatman, Sayatman, Nugrahardi Ramadhani, dan Rabendra Yudistira Alamin. 2018. "Pengembangan Desain Kemasan Produk UMKM Olahan Hasil Laut di Kecamatan Paciran Kab. Lamongan dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing dan Perluasan Pemasaran." *Sewagati* 2 (2): 111–18. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v2i2.4642>.
- Sekarlaranti, Ariesta, dan Shellyana Junaedi. 2016. "Persepsi Konsumen Terhadap Warna, Tipografi, Bentuk Grafis Dan Gambar Pada Kemasan Produk Dengan Pendekatan

Multidimensional Scaling.” Jurnal Manajemen Teori dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management 6 (1): 9–24. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v6i1.2656>.

Shofianah, Ely, Achmad Fauzi, dan Sunarti. 2014 “PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN” 9 (1): 1–8.

Sucipta, I Nyoman, Ketut Suriasih, dan Pande Ketut Diah Kenacana. 2017. “Pengemasan pangan kajian pengemasan yang aman, nyaman, efektif dan efisien.” Denpasar: Udayana University Press, 1–178.

Wahyudin. 2017. “Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan.” Pre-print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung 6 (1): 1–6.

Wulandari, Putri. 2020. “Analisis Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Jakoz Oleh-Oleh Khas Jambi.”

Yosef Richo. 2018. ““DESAIN PRODUK KEMASAN COKELAT DENGAN MENGGUNAKAN PERAN ELEMEN FUNGSIONAL DESAIN DIDALAMNYA’.” Transcommunication 53 (1): 1–8.