

## PENDAMPINGAN PEMBUATAN DESAIN KEMASAN KERIPIK “LUMPIA ROLL” DI DESA SEKARDADI KECAMATAN JENU KABUPATEN TUBAN

Susanti Dhini Anggraini<sup>1\*</sup>, Nia Nurfitri<sup>2</sup>, Krishna Tri Sanjaya<sup>3</sup>, Nanang Wicaksono<sup>4</sup>,  
Anggia Kalista<sup>5</sup>, Sholihah Az-zahro<sup>6</sup>

<sup>1,3,4,5,6</sup> Teknik Industri, Universitas PGRI Ronggolawe

<sup>2</sup> Matematika, Universitas PGRI Ronggolawe

<sup>1</sup> Email: susantidhini@gmail.com

### ABSTRAK

Desa Sekardadi merupakan salah satu desa sentra keripik yang berada di Kecamatan Jenu Kabupaten Tuban. Salah satu produk keripik yaitu Keripik “lumpia roll” yang dikenal memiliki kualitas rasa enak, gurih dan murah. Hal ini membuat banyaknya tingkat permintaan produk keripik “lumpia roll” yang memicu persaingan antar produsen dan kemunculan kompetitor. Sehingga produsen dituntut untuk selalu mengikuti trend pasar dan kebutuhan konsumen. Salah satu faktor yang mempengaruhi pembelian adalah kemasan produk. Permasalahan yang dialami mitra yaitu usaha keripik “lumpia roll” bu minhayati adalah tingginya permintaan produk, namun kemasan produk yang masih sederhana yaitu menggunakan plastik polos sehingga membuat produk tidak bisa tahan lama. Selain itu, kemasan ini membuat mitra tidak percaya diri dalam melakukan pemasaran dengan area market yang lebih luas. Oleh karena itu, telah dilakukan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dengan pendampingan pembuatan desain kemasan produk keripik “lumpia roll” yang memiliki tujuan agar keterampilan mitra dalam hal pengemasan produk menjadi lebih baik, menarik dan informatif.

**Kata Kunci:** keripik “lumpia roll”; *digital marketing*; kemasan; SWOT

### PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian di Indonesia tidak terlepas dari peranan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Suraya, dkk., 2021). Salah satu UMKM yang memiliki prospek bagus dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Indonesia adalah bidang kuliner pengolahan makanan dan minuman (Junifa, 2022) (Farida, 2024). Dari Tahun 2020 jumlah UMKM di Indonesia sebesar 7 juta, dan terus mengalami peningkatan hingga 2024 sebesar 30 Juta, UMKM bidang kuliner memiliki pertumbuhan yang paling banyak. Selama beberapa dekade, pengemasan makanan tradisional dikaitkan dengan gagasan tentang wadah yang dibuat untuk melindungi produk makanan dari lingkungan selama proses pengangkutan dan penyimpanan. Namun, kebutuhan saat ini tidak dapat dipenuhi lagi oleh pengemasan tradisional, dan bentuk pengemasan makanan yang lebih kreatif untuk menjaga kualitas produk dalam jangka panjang (Robiani dkk., 2024) (Tsaniyah dkk., 2024) (Wrona & Nerín, 2020). Kesadaran akan kebutuhan pelanggan memainkan peran yang kuat dalam penemuan dan inovasi, yang mengarah pada apa yang dikenal sebagai "market pull" yang kontras dengan "technology push" karena konsumen menginginkan inovasi dan menghargai hal baru, salah satu elemennya dalam produk adalah kemasan yang harus terus berinovasi atau menghadapi risiko stagnasi.

Secara history dan perkembangan kemasan dan teknologi merupakan kunci penggerak dan kontribusi terhadap pertumbuhan untuk meningkatkan nilai tambah pada produk maupun nilai jual (Jatiningrum dkk., 2021) (Lydekaityte & Tambo, 2020). inovasi kemasan yang modern mampu menjadi peran penting dalam mencapai solusi logistik yang baik seperti ukuran packaging yang sesuai (Rundh, 2013). Saat ini kemasan merupakan salah satu elemen penting dalam perdagangan barang modern yang menjamin terjaganya kualitas produk pangan. Hal ini juga memainkan peran penting dengan melindungi produk yang dikemas terhadap kondisi eksternal, mempengaruhi kualitas dan keamanan produk pangan bagi kesehatan, membuat transportasi, penyimpanan, dan penyaluran produk menjadi lebih mudah. Pertumbuhan dinamis akan pentingnya pengemasan berkontribusi pada perbaikan berkelanjutan dalam metode dan cara produksi (Herudiansyahd kk., 2019) (Rasa dkk., 2023).

Produsen harus menyediakan kemasan yang modern dan aman karena konsumen lebih tertarik dengan produk yang segar dan umur simpan yang lama sehingga kualitasnya terkendali. Hal ini merupakan tantangan bagi industri pengemasan makanan dan juga berperan sebagai kekuatan pendorong bagi pengembangan konsep teknologi pengemasan yang baru dan lebih baik (Wyrwa & Barska, 2017). Desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan keefektifan peningkatan kinerja perusahaan dan mampu berkompetisi dalam penawaran produk. Inovasi kemasan juga berkontribusi terhadap revolusi dan distribusi pada sector makanan. Khususnya pada makanan dengan sistem pemesanan take-away (Rundh, 2013). Pengemasan yang baik berperan penting dalam menyediakan makanan yang higienis dan aman kepada konsumen dengan melindunginya dari kerusakan fisik, kimia, dan mikroba. Pengemasan merupakan penghubung penting antara produsen dan konsumen. Jika tidak dilakukan dengan benar, produk akan kehilangan kualitas dan pelanggan juga akan kehilangan kepercayaan (Pal, dkk., 2019) (Sutrisno dkk., 2022). Desain kemasan adalah salah satu cara terpenuhinya suatu citra merek, terlebih lagi desain kemasan adalah proses pembentukan *branding* atau pemerekan suatu produk”. Pengembangan kemasan sebisa mungkin tidak melebihi *budget* produksi. Apabila melebihi budget produksi, maka harus memikirkan solusi yang tepat untuk menanganinya.

Desa Sekardadi merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Jenu Kabupaten Tuban, Jawa Timur. Pekerjaan utama masyarakat desa Sekardadi adalah bertani, peternak dan berdagang. Salah satu komoditas utama dari desa sekardadi adalah pertanian, dimana hasil pertanian diolah menjadi produk makanan. Salah satu produk unggulan desa sekardadi adalah keripik “lumpia roll”. Keripik ini terkenal memiliki kualitas yang baik, rasa yang enak, gurih dan murah. Keripik “lumpia roll” sudah terkenal di kalangan masyarakat Kecamatan Jenu dan sekitarnya. Di bawah binaan Pemerintah Desa Sekardadi, keripik “lumpia roll” ini menjadi salah satu ikon UKM di Desa Sekardadi untuk menumbuhkan ekonomi kerakyatan. Kemasan yang digunakan pada keripik “lumpia roll” masih cukup sederhana, model pengemasan semacam itu sudah biasa atau sudah umum digunakan oleh yang mempunyai usaha kecil khususnya usaha makanan ringan. Sehingga, apabila produk tersebut di *display* akan terlihat biasa dan mungkin dapat membuat beberapa konsumen langganan merasa bosan dengan kemasan produk tersebut. Desain packaging bergantung pada penggunaan simbol atau tanda yang dapat meningkatkan citra merek, dan informasi yang tersampaikan (Syamsudin, 2015) (Partiwi & Arini, 2021) (Febriyanti & Beni, 2023). Maka, dari permasalahan di atas perlu adanya pendampingan dan pengembangan pada desain kemasan, baik dari segi kemasan ataupun label supaya menjadi lebih variatif ketika usaha keripik “lumpia roll” ini telah berkembang luas. Perkembangan tersebut antara lain adalah apabila hendak dipasarkan sebagai oleh-oleh, parcel, souvenir makanan ringan dan lain sebagainya.

Oleh karena itu, dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pendampingan pembuatan desain kemasan bagi pedagang keripik “lumpia roll”. Mitra yang merupakan pemilik usaha keripik “lumpia roll” yaitu ibu minhayati yang memiliki pekerja sejumlah 10 orang yang beralamatkan di desa sekardadi kecamatan Jenu kabupaten Tuban. Sehingga tujuan akhir dari kegiatan ini yaitu agar keterampilan mitra dalam hal pengemasan produk menjadi lebih baik, menarik dan informatif. Perbaikan kemasan ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk oleh mitra sehingga omzet juga akan meningkat.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dibagi menjadi beberapa tahapan yaitu observasi dan wawancara, persiapan, pelaksanaan, serta monitoring dan evaluasi.

### **1. Observasi dan Wawancara**

Tahap observasi dan wawancara ini dilakukan untuk mengetahui gambaran permasalahan yang dialami oleh mitra sehingga solusi atas permasalahan dapat dilakukan oleh pelaksana dengan tepat.

### **2. Tahap Persiapan**

Tahapan persiapan dilakukan dengan menyiapkan kebutuhan alat dan bahan dalam kegiatan pengabdian masyarakat pendampingan pembuatan desain kemasan keripik “lumpia roll” yaitu draft desain dan contoh kemasan yang baru.

### **3. Tahap Pelaksanaan**

Tahap pelaksanaan dalam kekuatan ini meliputi transfer IPTEK melalui proses pelatihan dan pendampingan. Pembuatan desain kemasan keripik “lumpia roll” merupakan IPTEK yang disalurkan kepada mitra. Desain kemasan ini diharapkan mampu memberikan nuansa baru dari produk sehingga penjualan diharapkan akan meningkat. Sementara pada kegiatan pelatihan, mitra sasaran akan diberikan penyuluhan mengenai pengaruh desain kemasan yang menarik terhadap penjualan produk. Setelah itu, mitra diajak praktik secara langsung pembuatan desain kemasan yang menarik dan dilanjutkan pengemasan di model kemasan keripik yang baru.

Setelah tahap pelatihan, pendampingan juga dilakukan dengan untuk mengetahui apakah mitra dapat menerapkan materi dan IPTEK pada tahapan sebelumnya. Pada tahapan ini juga dilihat dan dikontrol apakah ada perubahan kualitas dari produk setelah kemasan berganti. Hal ini dikarenakan jika ada perubahan kualitas maka terdapat ketidaksesuaian IPTEK dengan masalah yang dialami oleh mitra. Tahap pelaksanaan dalam program ini dilakukan mulai bulan Maret-Juli 2024.

### **4. Monitoring dan evaluasi**

Tahapan monitoring dilakukan dengan melihat apakah ada perubahan jumlah penjualan yang didapatkan oleh mitra. Diskusi juga dilakukan antara mitra dan pelaksana sehingga didapatkan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh mitra selama tahap pelaksanaan, Hasilnya kemudian dievaluasi untuk perbaikan pada kegiatan selanjutnya.

## **HASIL YANG DICAPAI**

Kemasan produk memiliki peran penting untuk meningkatkan nilai suatu produk. Selain melindungi produk, desain kemasan yang inovatif dan estetis mampu menarik perhatian konsumen dan menciptakan daya tarik visual yang kuat. Hal tersebut membuat produk terlihat lebih menonjol dan mendorong keputusan konsumen untuk membeli produk. Kemasan yang berkualitas dan menarik memberikan kesan pertama yang positif, mencerminkan kualitas produk di dalamnya, dan meningkatkan persepsi konsumen terhadap nilai produk. Selain itu, kemasan yang fungsional dan nyaman digunakan dapat meningkatkan pengalaman pengguna, menambah kenyamanan, dan mendorong loyalitas konsumen. Dengan demikian, investasi dalam kemasan yang menarik dan berdesain modern adalah strategi yang efektif untuk membedakan produk dari pesaing, memperkuat identitas merek, dan meningkatkan daya saing di pasar.

Ibu Minhayati merupakan produsen “lumpia roll” yang berlokasi di Desa Sekardadi Kecamatan Jenu Kabupaten Tuban. Kemasan yang digunakan pada produk “lumpia roll” saat ini masih menggunakan kemasan tradisional yaitu bungkus plastik yang di rekatkan dengan lilin secara manual seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1. Oleh sebab itu, tim pengabdian masyarakat Universitas PGRI Ronggolawe menciptakan kemasan yang baru dengan desain yang lebih menarik guna meningkatkan nilai tambah produk. Ada beberapa hal penunjang yang dijadikan sebagai landasan pembuatan kemasan “lumpia roll” yang ditampilkan dalam bentuk diagram SWOT pada Tabel 1.

Tabel 1. Diagram SWOT pada Kemasan Tradisional

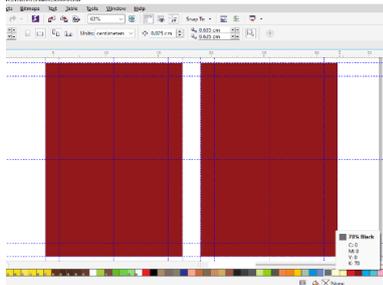
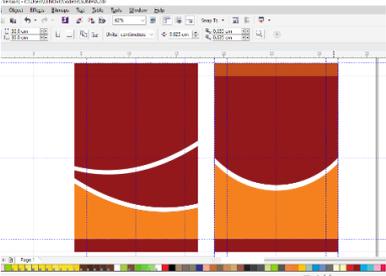
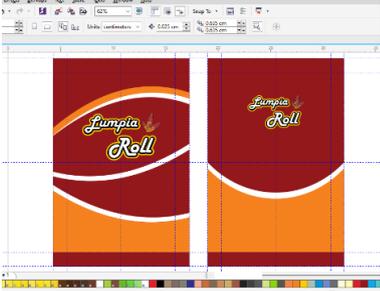
STRENGTH	OPPORTUNITIES
Harga produksi packaging lebih murah Desain lebih sederhana	Pasar Niche: Ada peluang untuk menarik konsumen yang menghargai produk dengan nilai budaya dan identitas lokal yang kuat.
WEAKNESS	THREADS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produk tidak tahan lama</li> <li>- Produk hanya tahan 10 hari</li> <li>- Proses pengemasan lebih lama karena manual</li> <li>- Tidak menarik konsumen untuk melakukan pembelian</li> <li>- Perlindungan produk yang rendah</li> <li>- Rentan terhadap kontaminasi bakteri atau kurang higienis</li> <li>- Kurang fungsional</li> <li>- kemasan tradisional sering kali kurang menarik secara visual</li> <li>- Desain yang monoton dan kurang inovatif mengurangi peluang untuk menarik minat pembeli</li> <li>- Tidak memberikan perlindungan optimal terhadap produk</li> <li>- Jika sudah dibuka, maka tidak bisa ditutup kembali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perubahan preferensi konsumen yang beralih ke gaya hidup modern</li> <li>Perubahan regulasi pemerintah mengenai sistem packaging</li> </ul>



Gambar 1. Packaging Keripik “lumpia roll” Ibu Minhayati  
 Sebelum Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Gambar 1 merupakan tampilan kemasan “lumpia roll” saat ini terbuat dari bahan dasar plastik polos, tanpa logo brand maupun merk dari produsen. Saat ini harga “lumpia roll” dibandrol dengan harga Rp.1000 dengan berat netto produk 25 gram. Dengan kondisi kemasan seperti ini tentunya memiliki kendala dalam proses komersialisasi yang tidak bisa merambah ke sektor pasar yang lebih modern. Produsen bertahan dengan packaging saat ini sebab belum memiliki pemahaman dan pengetahuan mengenai pentingnya kualitas packaging untuk menunjang kualitas produk dapat tembus ke market yang lebih luas. Oleh sebab itu, dalam pengabdian masyarakat kali ini, tim pengabdian masyarakat memilih produk “lumpia roll” Ibu Minhayati untuk dijadikan sebagai objek, untuk membantu meningkatkan nilai tambah produk. Kemasan ini didesain dengan ukuran 15 x 25 cm. Berikut merupakan tahapan desain kemasan “lumpia roll” tertera pada Tabel 2.

Tabel 2. Tahapan pembuatan desain baru kemasan Keripik “lumpia roll”

Indikator	Deskripsi	Layout
<p>Penilaian Warna</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Asosiasi Psikologis: Warna maroon sering dikaitkan dengan kemewahan, kualitas tinggi, dan keanggunan. Warna ini memberikan kesan bahwa produk “lumpia roll” identic dengan rasa gurih dan pedas.</li> <li>2. Menonjol di Rak: Di antara berbagai warna cerah yang sering digunakan dalam kemasan makanan, warna maroon dapat menonjol dan menarik perhatian konsumen. Kontras ini membuat produk “lumpia roll” lebih mudah dikenali dan diingat.</li> </ol>	
<p>Pembuatan Desain Dasar</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Warna Dominan: Maroon, latar belakang utama kemasan menggunakan warna maroon untuk memberikan kesan elegan dan mewah.</li> <li>2. Akses dan Detail: Orange, warna orange digunakan untuk akses, seperti garis-garis tepi, elemen grafis, dan teks utama. Warna ini memberikan kontras yang kuat dan menambahkan kesan energik dan dinamis.</li> <li>3. list putih : untuk mempertegas atau menyatakukan warna orange dan maroon .</li> </ol>	
<p>Pembuatan Desain Utama</p>	<p>Tahap ini dilakukan untuk melakukan desain awal dengan mambuat tulisan roll yang menarik, sehingga mendapatkan perhatian khusus dari konsumen.</p>	
<p>Finishing Bagian Depan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyertakan foto produk sehingga meskipun wujud “lumpia roll” tidak terlihat karena berada didalam kemasan, namun konsumen dapat melihatnya melalui kemasan.</li> <li>2. Packaging disertai dengan pilihan rasa, dalam contoh tersebut rasa yang tertera adalah “rasa balado”</li> <li>3. Logo kabupaten tuban menandakan bahwa produk “lumpia roll” ini berasal dari Kabupaten Tuban, hal tersebut menjadi nilai tambah bagi produk maupun daerah.</li> <li>4. Logo Teknik Industri Universitas PGRI Ronggolawe yang menyatakan</li> </ol>	

---

	<p>bahwa produk ini ada bekerjasama dengan UNIROW.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>Disertai berat netto produk yaitu 250 gram, hal tersebut mempermudah konsumen melakukan pemilihan ukuran produk ketika terdapat beberapa jenis berat produk “lumpia roll”.</li><li>Disertai petunjuk “BUKA DISINI” untuk mempermudah konsumen dalam membuka kemasan tanpa membutuhkan waktu yang lebih lama mencari sudut untuk membuka kemasan.</li></ol>
Finishing Bagian Belakang	<ol style="list-style-type: none"><li>Desain finishing dilengkapi dengan keterangan bahan baku yang digunakan untuk mengedukasi konsumen bahwa bahan baku yang dipakai aman untuk dikonsumsi dan sehat.</li><li>Dalam packaging disertakan nomor Handphone guna mempermudah konsumen menghubungi produsen ketika ada keluhan, feedback, atau melakukan pemesanan.</li></ol>

---



Setelah dilakukan 5 tahapan proses desain kemasan pada Tabel 2 maka dilakukan cetak kemasan. Hasil cetak disertai dengan klip untuk buka tutup, sehingga ketika “lumpia roll” tidak habis dalam satu kali makan maka dapat dikonsumsi di lain waktu. Kemasan ini terbuat dari material plastic yang tebal dengan lapisan aluminium sehingga lebih tahan lama hingga satu tahun tanpa mengurangi tekstur dan rasa “lumpia roll”. Hasil cetak kemasan “lumpia roll” dapat ditampilkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Tampilan Packaging “lumpia roll” Ibu Minhayati Setelah Pelaksanaan Program Pengabdian Kepada Masyarakat

Setelah dilakukan percetakan hasil akhir dengan tujuan untuk meningkatkan nilai tambah pada produk, maka selanjutnya dilakukan analisis SWOT untuk mendekteksi kondisi kedepannya

setelah terjadi perubahan kemasan yang lebih modern yang ditampilkan pada Tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Analisis SWOT Setelah Perbaikan Kemasan Keripik “lumpia roll”

STRENGTH	OPPORTUNITIES
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desain modern dan menarik</li> <li>2. Kualitas material lebih baik dan tahan lama</li> <li>3. Bisa di buka tutup berkali-kali</li> <li>4. Lebih percaya diri untuk melakukan branding</li> <li>5. Kemasan yang bagus mencerminkan produk yang berkualitas</li> <li>6. Dengan kemasan ini, produk bisa tahan hingga 1 tahun</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pasar yang Berkembang: Peningkatan permintaan terhadap makanan siap saji memberikan peluang besar untuk produk lumpia dengan kemasan menarik.</li> <li>2. Inovasi Teknologi: Kemajuan teknologi dalam bahan kemasan dapat memberikan solusi untuk membuat kemasan yang lebih baik.</li> <li>3. Tren Konsumen: Konsumen yang semakin peduli terhadap estetika dan kebersihan makanan membuka peluang untuk kemasan yang lebih premium.</li> <li>4. Ekspansi Pasar: Potensi untuk meningkatkan <i>market share</i>.</li> </ol>
WEAKNESS	THREATS
<p>Biaya Produksi Tinggi</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan ketat sebab banyaknya produk serupa.</li> <li>2. Regulasi Pemerintah: Aturan ketat mengenai bahan kemasan dan pelabelan makanan bisa menjadi tantangan.</li> <li>3. Perubahan Preferensi Konsumen: Jika konsumen lebih memilih produk dengan kemasan yang lebih ramah lingkungan.</li> <li>4. Fluktuasi Harga Bahan: Harga bahan baku untuk kemasan yang tidak stabil dapat mempengaruhi biaya produksi dan harga jual produk.</li> </ol>

Berdasarkan Tabel 3 mengenai analisis SWOT pada kemasan modern maka diharapkan terjadi peningkatan value added pada produk sehingga produsen lebih percaya diri untuk melakukan promosi dengan jangkauan yang lebih luas. Selain itu, analisis WT dapat dijadikan sebagai acuan dalam proses mitigasi resiko.

## KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dalam pelaksanaan program ini adalah pembuatan desain kemasan keripik “lumpia roll” telah berhasil dibuat dan digunakan sebagai kemasan baru oleh mitra. Pendampingan lanjutan diperlukan untuk mengetahui efektifitas kemasan baru terhadap penjualan produk keripik “lumpia roll”.

## DAFTAR PUSTAKA

- Barska, A., & Wyrwa, J. (2017). Innovations in the food packaging market - Intelligent packaging - A review. *In Czech Journal of Food Sciences* (Vol. 35, Issue 1, pp. 1–6). Czech Academy of Agricultural Sciences. <https://doi.org/10.17221/268/2016-CJFS>
- Farida, S. N. (2024). Usaha Kuliner sebagai Penggerak Ekonomi Keluarga. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 15(2).

- Febrianti, F., & Beni, S. (2023). Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Kuliner Di Kecamatan Bengkayang. *Inovasi Pembangunan: Jurnal Kelitbangan*, 11(02), 189-210.
- Herudiansyah, G., Candra, M., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan pentingnya label pada kemasan produk dan pajak pada usaha kecil menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Suluh Abdi*, 1(2).
- Jatiningrum, C., Muharlisiani, L. T., Rahayu, S., & Ramadhani, A. N. (2021). Pengembangan UMKM Melalui Peningkatan Pemasaran Produk Kripik Tempe di Desa Wonoharjo Kabupaten Tanggamus. *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 1-6.
- Junifa, T. (2022, November). Prospek dan Potensi Pengembangan CAB ROXY BANG RENO untuk melakukan Bisnis melewati Batas Wilayah Kab/Kota Sukabumi. In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis* (Vol. 2).
- Lydekaityte, J., & Tambo, T. (2020). Smart packaging: definitions, models and packaging as an intermediary between digital and physical product management. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 30(4), 377-410. <https://doi.org/10.1080/09593969.2020.1724555>
- Pal, M., Devrani, M., Hadush, A., Author, C., & Director of Narayan, F. (2019). Recent developments in food packaging technologies. In *21 BEVERAGE & FOOD WORLD* (Vol. 46, Issue 1).
- Partiwi, A., & Arini, E. (2021). Pengaruh kemasan dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 2(1), 77-87.
- Rasa, I. N. M. A. G., Astiti, M. P., Eryani, I. A. A. P., Yudiastari, I. N. M., & Smaryani, I. A. A. M. (2023). *Pentingnya kemasan dalam pemasaran produk*. Scopindo Media Pustaka.
- Robiani, B., Mukhlis, M., Sukanto, S., Hamira, H., & Apriani, D. (2024). Peningkatan Kualitas Packaging Produk UMKM Untuk Meningkatkan Penjualan di Desa Sungsang 4. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 5(1), 31-42.
- Rundh, B. (2013). Linking packaging to marketing: How packaging is influencing the marketing strategy. *British Food Journal*, 115(11), 1547-1563. <https://doi.org/10.1108/BFJ-12-2011-0297>
- Suraya, F., Galuh Maharani, D., Rachmawati, H., Mayang Yulia Putri, D., & Andika Sari, R. (2021). Jurnal Puruhita Peran Digital Marketing dan Packaging dalam Meningkatkan Produktifitas UMKM di Desa Muntung, Kecamatan Candirotto, Kabupaten Temanggung. In *Puruhita* (Vol. 3, Issue 2). <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/puruhita>
- Sutrisno, S., Tannady, H., Ekowati, D., MBP, R. L., & Mardani, P. B. (2022). Analisis Peran Kualitas Produk Dan Visual Identity Terhadap Purchase Intention Produk Teh Dalam Kemasan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(6), 4129-4138.
- Tsaniyah, S. P., Agustiningrum, P. D., Lailaturohmah, S., & Susanti, D. (2024). Analisis Pengembangan Bussines Plan Produk Makanan Stik Daklor (Daun Kelor) Pencegah Radikal Bebas. *Jurnal Literasi Indonesia*, 1(1), 18-28.
- Wrona, M., & Nerín, C. (2020). Analytical approaches for analysis of safety of modern food packaging: A review. In *Molecules* (Vol. 25, Issue 3). MDPI AG. <https://doi.org/10.3390/molecules25030752>
- Wyrwa, J., & Barska, A. (2017). Innovations in the food packaging market: active packaging. In *European Food Research and Technology* (Vol. 243, Issue 10, pp. 1681-1692). Springer Verlag. <https://doi.org/10.1007/s00217-017-2878-2>