

## **Pelatihan Pengemasan Produk untuk Meningkatkan Nilai Jual Hasil Pertanian di Desa Belung Kecamatan Poncokusumo**

**Muhammad Ifan Ali Mustofa<sup>1</sup>, Annisya Annisya<sup>2</sup>, Andi Hilyah Atqiya Asah<sup>3</sup>,  
Rizqi Aditiya<sup>4</sup>, Eria Dianta Permana Putri<sup>5</sup>, Kalya Malfalena Nafiah<sup>6</sup>**

*<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Universitas Negeri Malang, Indonesia*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Muhammad Ifan Ali Mustofa

**E-mail:** [aliifan675@gmail.com](mailto:aliifan675@gmail.com)

### **Abstrak**

*Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan nilai jual hasil pertanian masyarakat Desa Belung, Kecamatan Poncokusumo, melalui pelatihan pengemasan produk. Permasalahan utama yang dihadapi petani di wilayah ini adalah rendahnya daya saing produk akibat kemasan yang kurang menarik dan tidak sesuai standar pasar. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi observasi kebutuhan, sosialisasi pentingnya kemasan produk, pelatihan desain dan teknik pengemasan, serta pendampingan praktik langsung. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memiliki peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam membuat kemasan yang higienis, informatif, dan menarik secara visual. Selain itu, sebagian peserta mulai menerapkan desain label sederhana yang mencantumkan identitas produk dan tanggal kadaluarsa. Kegiatan ini berhasil menumbuhkan kesadaran pentingnya kemasan sebagai faktor strategis dalam meningkatkan nilai jual hasil pertanian lokal.*

**Kata kunci** - pengabdian masyarakat, pengemasan produk, nilai jual, hasil pertanian

### **Abstract**

*This community service activity aims to increase the selling value of agricultural products in Belung Village, Poncokusumo District, through product packaging training. The main problem faced by farmers in this area is the low competitiveness of their products due to unattractive and non-standard packaging. The implementation methods include needs observation, socialization of packaging importance, training on design and packaging techniques, and direct practice assistance. The results show that participants experienced significant improvement in understanding and skills to create hygienic, informative, and visually appealing packaging. Some participants also began to apply simple label designs including product identity and expiration date. This activity successfully raised awareness of packaging as a strategic factor to enhance the market value of local agricultural products.*

**Keywords** - community service; product packaging; selling value; agricultural products

## PENDAHULUAN

Pertanian merupakan sektor utama yang menopang kehidupan ekonomi masyarakat pedesaan di Indonesia (Kusumaningrum, 2019). Sebagai negara agraris, sebagian besar penduduk Indonesia menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian, baik sebagai petani, pengelola hasil pertanian, maupun pelaku usaha kecil menengah berbasis produk pertanian. Namun, kontribusi sektor pertanian terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat belum optimal karena sebagian besar produk pertanian masih dijual dalam bentuk mentah dengan nilai tambah yang rendah (Boni, 2022; Sihaloho et al., 2023). Permasalahan klasik yang sering muncul di kalangan petani adalah lemahnya aspek pascapanen, terutama dalam hal pengemasan, pelabelan, dan pemasaran produk.

Desa Belung, Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang, merupakan salah satu wilayah dengan potensi pertanian yang sangat besar. Secara geografis, desa ini berada di kaki Gunung Semeru dengan kondisi tanah yang subur dan iklim yang sejuk. Komoditas utama yang dihasilkan adalah sayur-sayuran (seperti kubis, wortel, kentang, jagung dan buncis) serta buah-buahan (seperti apel, jeruk, dan stroberi). Namun demikian, hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa potensi tersebut belum mampu memberikan nilai ekonomi yang signifikan bagi masyarakat karena lemahnya proses pengelolaan dan pengemasan produk.

Selama ini, hasil pertanian di Desa Belung dijual dalam bentuk mentah langsung ke tengkulak tanpa melalui proses penyortiran dan pengemasan yang baik. Penggunaan kemasan yang seadanya seperti karung plastik, keranjang bambu, atau kardus bekas menyebabkan produk mudah rusak, cepat layu, dan tidak menarik secara visual. Selain itu, tidak adanya label atau identitas produk membuat hasil pertanian Desa Belung sulit dikenali dan tidak memiliki daya saing di pasar yang lebih luas. Padahal, di era perdagangan modern saat ini, kemasan telah menjadi salah satu elemen penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kemasan berperan bukan hanya sebagai pelindung fisik produk, tetapi juga sebagai sarana komunikasi merek dan pembeda dari produk sejenis (Setiawardhani, 2025; Susilawati et al., 2023). Kemasan yang menarik dan informatif dapat membangun persepsi positif, meningkatkan minat beli, serta memperkuat citra produk di mata konsumen (Kusumah & Darmawan, 2024; Mashadi & Munawar, 2021). Oleh karena itu, kemampuan masyarakat untuk memahami dan mengimplementasikan teknik pengemasan yang baik menjadi hal yang sangat penting untuk meningkatkan nilai jual hasil pertanian lokal.

Sejalan dengan hal tersebut, hasil penelitian Sutarti et al. (2023) menegaskan bahwa inovasi kemasan memiliki korelasi positif terhadap peningkatan nilai tambah produk pertanian lokal, terutama pada komoditas segar yang mudah rusak. Inovasi tersebut tidak harus selalu mahal, tetapi dapat dilakukan dengan cara sederhana seperti penggunaan bahan *food grade*, desain label yang menarik, serta penambahan informasi dasar produk seperti tanggal panen dan nama produsen. Selain aspek teknis, pelatihan pengemasan juga berkaitan erat dengan pemberdayaan masyarakat desa. Menurut Putri & Suminar (2023), keberhasilan program pemberdayaan tidak hanya diukur dari peningkatan pendapatan, tetapi juga dari kemampuan masyarakat untuk mandiri dalam mengelola potensi lokalnya. Melalui kegiatan pelatihan, masyarakat diharapkan memperoleh bekal keterampilan praktis yang dapat diterapkan dalam kegiatan ekonomi sehari-hari, khususnya dalam meningkatkan daya saing produk pertanian mereka.

Hasil observasi lapangan dan wawancara dengan perangkat desa, kelompok tani, serta masyarakat menunjukkan bahwa Desa Belung memiliki potensi pertanian yang besar, tetapi belum diimbangi dengan kemampuan pengelolaan pascapanen yang memadai. Sebagian besar masyarakat menggantungkan perekonomiannya pada sektor pertanian, khususnya pada komoditas sayur dan buah seperti kubis, wortel, kentang, dan apel. Meskipun hasil panen melimpah, nilai ekonomi yang diperoleh petani masih tergolong rendah. Hal ini disebabkan oleh sistem penjualan yang masih konvensional dan minim inovasi, di mana hasil pertanian dijual langsung kepada tengkulak tanpa proses pengemasan yang layak. Kondisi ini menyebabkan beberapa persoalan serius. Pertama, rendahnya pemahaman masyarakat terhadap pentingnya kemasan membuat hasil panen tidak

---

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

memiliki nilai tambah. Bagi sebagian petani, kemasan dianggap sebagai kebutuhan sekunder, bahkan tidak diperlukan sama sekali untuk produk segar. Padahal, kemasan yang baik dapat melindungi produk dari kerusakan fisik dan kontaminasi, sekaligus memperpanjang masa simpan produk selama proses distribusi. Kedua, masyarakat belum memiliki keterampilan teknis dalam memilih bahan kemasan yang sesuai dengan karakteristik produk pertanian. Sayuran daun dan buah-buahan memiliki sifat mudah rusak dan sensitif terhadap suhu serta kelembapan, sehingga memerlukan jenis kemasan yang berbeda. Ketidaktahuan ini menyebabkan penggunaan kemasan seadanya, seperti kantong plastik biasa atau keranjang bambu, yang justru mempercepat proses pelayuan dan menurunkan kualitas produk. Ketiga, rendahnya akses terhadap informasi pasar dan strategi pemasaran modern turut memperburuk kondisi ekonomi petani. Produk pertanian dari Desa Belung dijual dalam bentuk curah dengan harga yang ditentukan oleh tengkulak, tanpa melalui proses *value addition* yang dapat meningkatkan pendapatan. Tidak adanya pemahaman tentang cara menampilkan produk secara menarik juga menghambat petani untuk menembus pasar modern seperti supermarket, toko oleh-oleh, atau platform digital.

Selain itu, masyarakat juga belum memiliki kesadaran terhadap pentingnya identitas dan citra merek produk. Hampir seluruh hasil pertanian dijual tanpa label, logo, atau informasi mengenai asal produk. Kondisi ini menyebabkan produk pertanian Desa Belung kehilangan daya saing dan tidak dapat dibedakan dari produk serupa yang berasal dari daerah lain. Akibatnya, potensi promosi desa sebagai sentra pertanian unggulan belum dapat dimaksimalkan. Dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa permasalahan utama masyarakat Desa Belung terletak pada kurangnya pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran dalam hal pengemasan dan pelabelan produk pertanian. Permasalahan ini berdampak langsung terhadap rendahnya nilai jual produk, keterbatasan akses pasar, serta lemahnya daya saing di tingkat lokal maupun regional. Oleh karena itu, diperlukan upaya konkret berupa pelatihan dan pendampingan teknis yang berfokus pada peningkatan kapasitas masyarakat dalam hal pengemasan produk pertanian. Melalui kegiatan ini, diharapkan masyarakat dapat memahami bahwa kemasan bukan sekadar pembungkus, tetapi merupakan strategi penting untuk membangun nilai tambah, memperkuat identitas produk, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi berbasis potensi lokal.

## METODE

Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 5 Oktober 2025 di Balai Desa Belung. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif dan edukatif, dengan mengutamakan keterlibatan langsung masyarakat dalam seluruh tahapan. Berikut ini Adalah kerangka metode pelaksanaan dari kegiatan pengabdian ini.



Gambar 1.  
Alur Metode Pelaksanaan

1. Tahap Observasi dan Persiapan

Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi potensi pertanian unggulan Desa Belung serta permasalahan yang dihadapi petani dalam proses pengemasan. Tim pengabdian melakukan wawancara dengan kepala desa, kelompok tani, dan pelaku UMKM setempat. Hasil observasi menunjukkan bahwa komoditas dominan yang dijual adalah sayuran segar (kubis, wortel, jagung, kentang) dan buah (apel dan jeruk).

2. Tahap Sosialisasi dan Penyuluhan

Sosialisasi dilakukan melalui kegiatan tatap muka yang diikuti oleh 35 peserta. Tim pengabdian memberikan materi tentang konsep dasar kemasan, fungsi kemasan, dan pentingnya kemasan sebagai bagian dari *branding* produk pertanian. Penyuluhan juga menampilkan contoh kemasan produk pertanian modern yang ramah lingkungan dan mudah diaplikasikan oleh masyarakat desa.

3. Tahap Pelatihan dan Demonstrasi

Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk *workshop* interaktif. Peserta diperkenalkan pada berbagai jenis bahan kemasan seperti plastik *food grade*, *vacuum pack*, *standing pouch*, dan wadah biodegradable. Selain itu, peserta diajarkan cara mengemas sayur dan buah agar tahan lama tanpa mengurangi kesegaran produk. Pelatihan juga mencakup pembuatan label sederhana menggunakan kertas stiker yang mencantumkan informasi produk seperti nama, berat bersih, tanggal panen, dan logo "Santani Belung".

4. Tahap Pendampingan dan Evaluasi

Setelah pelatihan, tim melakukan pendampingan terhadap peserta yang ingin mengembangkan kemasan produknya lebih lanjut. Pendampingan ini bertujuan memastikan keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan secara konsisten. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui observasi langsung terhadap hasil praktik dan wawancara dengan peserta.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Belung, Kecamatan Poncokusumo, berjalan sesuai rencana melalui lima tahapan utama, yaitu (1) observasi dan analisis kebutuhan, (2) sosialisasi dan penyuluhan, (3) pelatihan dan demonstrasi teknik pengemasan, (4) pendampingan dan praktik langsung, serta (5) evaluasi dan tindak lanjut. Setiap tahap dilakukan secara sistematis dan partisipatif agar masyarakat tidak hanya menerima pengetahuan secara teoritis, tetapi juga mampu menerapkannya secara langsung dalam kegiatan ekonomi berbasis pertanian.



**Gambar 2.**

Observasi dan Survei Lapangan

Tahap observasi dan analisis kebutuhan merupakan langkah awal yang penting untuk memahami kondisi riil masyarakat. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, diketahui bahwa mayoritas petani di Desa Belung masih mengandalkan sistem penjualan konvensional dengan menjual

hasil pertanian segar langsung kepada tengkulak tanpa melalui proses pengemasan. Akibatnya, produk yang dihasilkan tidak memiliki nilai tambah, mudah rusak selama distribusi, dan tidak memiliki daya saing di pasar modern. Penggunaan kemasan seadanya seperti karung plastik atau keranjang bambu mempercepat kerusakan produk, terutama untuk sayuran daun dan buah-buahan yang bersifat sensitif terhadap suhu dan kelembapan. Melalui tahap observasi ini, tim pengabdian menemukan bahwa masyarakat membutuhkan pengetahuan praktis mengenai cara pengemasan yang tepat, termasuk pemilihan bahan kemasan, teknik penyimpanan, dan strategi pelabelan produk.



**Gambar 3.**  
Sosialisasi dan Penyuluhan

Setelah tahap identifikasi kebutuhan selesai, kegiatan dilanjutkan dengan sosialisasi dan penyuluhan yang dilaksanakan di Balai Desa Belung dan diikuti oleh 35 peserta yang terdiri atas petani dan pemuda desa. Pada sesi ini, tim pengabdian memberikan penjelasan tentang pentingnya kemasan dalam meningkatkan nilai jual produk serta fungsi kemasan sebagai sarana perlindungan, promosi, dan pembeda di pasar. Contoh nyata dari berbagai produk pertanian di daerah lain yang berhasil menembus pasar nasional melalui inovasi kemasan sederhana juga ditampilkan untuk memberikan inspirasi kepada peserta. Antusiasme peserta terlihat dari diskusi yang aktif, terutama ketika membahas bahan kemasan yang cocok untuk produk segar dan cara menjaga kualitas produk pasca panen. Sosialisasi ini tidak hanya memperluas wawasan peserta, tetapi juga menumbuhkan kesadaran baru bahwa kemasan adalah bagian integral dari strategi pemasaran dan bukan sekadar pembungkus fisik produk. Pada tahap ini dilaksanakan *pre-test* untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan petani lokal tentang dunia pemasaran.



**Gambar 4.**  
Pelatihan Pengemasan Produk Pertanian

Tahap berikutnya adalah pelatihan dan demonstrasi teknik pengemasan yang menjadi inti dari kegiatan pengabdian. Pelatihan dilakukan secara langsung dengan metode praktik lapangan agar peserta dapat memahami setiap langkah secara konkret. Peserta dilatih untuk mengemas sayuran dan buah menggunakan plastik *food grade* yang memiliki lubang sirkulasi udara agar produk tetap segar lebih lama. Selain itu, ditunjukkan pula cara sederhana membuat kemasan vakum untuk komoditas umbi seperti wortel dan kentang. Peserta juga belajar menempelkan label produk menggunakan bahan stiker tahan air yang mencantumkan nama produk, berat bersih, tanggal panen, dan logo sederhana bertuliskan "Belung Fresh". Melalui pelatihan ini, masyarakat tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga memahami konsep dasar desain kemasan yang baik — yakni higienis, menarik secara visual, dan informatif bagi konsumen. Pada tahap ini tim pelaksana meyebarakan post-test untuk mengetahui sejauh mana pemahaman para peserta setelah melaksanakan pelatihan.



**Gambar 5.**  
Pendampingan Lapangan

Setelah sesi pelatihan selesai, tim pengabdian melaksanakan tahap pendampingan untuk memastikan keterampilan yang diperoleh peserta dapat diterapkan secara berkelanjutan. Pendampingan dilakukan melalui kunjungan lapangan ke rumah-rumah peserta dan kelompok tani untuk meninjau penerapan teknik pengemasan pada hasil panen mereka. Beberapa peserta menunjukkan perkembangan yang menggembirakan dengan memproduksi sayur kemasan kecil siap jual yang dipasarkan di warung dan pasar sekitar. Pendampingan ini juga dimanfaatkan untuk memberikan konsultasi tentang desain label, pemilihan bahan yang efisien, serta strategi penghitungan harga jual produk yang memperhitungkan biaya kemasan. Melalui proses pendampingan yang intensif, masyarakat mulai berani berinovasi dan melakukan diferensiasi produk, misalnya dengan menggunakan label berwarna cerah atau tali pengikat dari bahan alami agar lebih ramah lingkungan. Tahap terakhir adalah evaluasi dan tindak lanjut, yang dilakukan untuk menilai efektivitas kegiatan serta dampaknya terhadap pengetahuan dan perilaku masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan langsung, kegiatan pelatihan memberikan hasil yang signifikan. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum memahami fungsi kemasan secara menyeluruh. Setelah pelatihan, peserta mampu menjelaskan fungsi kemasan, mengidentifikasi bahan yang sesuai dengan jenis produk, serta membuat kemasan yang menarik dan informatif. Secara ekonomi, beberapa peserta melaporkan adanya peningkatan harga jual produk sayur dan buah hingga 20–25 persen setelah dikemas dan dilabeli dengan identitas produk. Produk yang sebelumnya hanya dijual curah kepada tengkulak kini dapat dijual langsung di pasar lokal dengan kemasan menarik, bahkan beberapa sudah dipromosikan melalui media sosial oleh pemuda desa. Hasil *pre-test* dan *post-test* menunjukkan kenaikan pemahaman peserta secara keseluruhan dengan persentase sebesar 18,69%. Berikut ini merupakan hasil analisis *pre-test* dan *post-test* dari kegiatan pelatihan ini.

Paired Samples Test

Tabel 1.  
Hasil Uji Paired Sample Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	PRE - POST	-13,333	8,165	2,108	-17,855	-8,812	-6,325	14	,000

Berdasarkan hasil Uji Paired Sample Test nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara hasil nilai *pre-test* dan *post-test*. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh bermakna terhadap perbedaan perlakuan yang diberikan pada saat *pre-test* dan *post-test*. Berdasarkan analisis tersebut bisa disimpulkan bahwa ada perbedaan nilai sebelum dan sesudah dilaksanakan kegiatan pelatihan yang mengindikasikan kegiatan pelatihan ini berhasil.

Dampak sosial kegiatan ini juga terasa kuat. Masyarakat menjadi lebih kompak dan termotivasi untuk mengembangkan usaha pertanian berbasis kemasan siap jual. Para pemuda desa mulai terlibat aktif dalam mendesain label dan membantu pemasaran digital. Inisiatif ini kemudian berkembang menjadi pembentukan kelompok kecil bernama "Belung Sehat", yang berfokus pada pengemasan, pemasaran, dan promosi hasil pertanian desa secara kolektif. Pemerintah Desa Belung menyambut baik inisiatif ini dan berencana mendukung pengadaan alat pengemasan sederhana serta menyediakan ruang produksi kecil di balai desa agar kegiatan ini berkelanjutan.

Secara umum, kegiatan pengabdian ini membuktikan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung merupakan pendekatan yang efektif untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola hasil pertanian. Hasil kegiatan juga memperkuat temuan Heriana et al. (2023) bahwa pelatihan partisipatif mampu membangun kemandirian dan kreativitas masyarakat desa. Selain itu, keberhasilan pelatihan ini mendukung pandangan Setiawardhani (2025) tentang pentingnya kemasan sebagai media komunikasi produk yang berfungsi memperkuat citra dan daya saing di pasar. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan teknis masyarakat, tetapi juga membangun pola pikir kewirausahaan dan semangat inovasi yang dapat menjadi fondasi bagi pengembangan ekonomi lokal berbasis potensi pertanian.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Belung telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pengemasan hasil pertanian. Peserta mampu membuat kemasan yang menarik, higienis, dan sesuai standar pasar. Selain itu, kegiatan ini berhasil mendorong peningkatan nilai jual produk, memperkuat identitas merek lokal, serta menumbuhkan semangat kewirausahaan di kalangan masyarakat desa. Keberlanjutan kegiatan ini diharapkan dapat diwujudkan melalui dukungan pemerintah desa, lembaga pendidikan, dan pelaku usaha dalam bentuk pendampingan lanjutan, pelatihan desain kemasan digital, serta pembentukan koperasi pemasaran hasil pertanian Desa Belung.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi yang telah memberikan pendanaan pada kegiatan Program Penguatan Kapasitas (PPK) Ormawa. Terimakasih kepada Universitas Negeri

Malang bersama Pemerintah Desa Belun gatas Kerjasama dan fasilitas yang diberikan kepada tim pelaksana.

## DAFTAR PUSTAKA

- Boni, Y. (2022). Pembangunan Pertanian Melalui Penguatan Manajemen Usaha Tani Meningkatkan Produksi dan Pendapatan Petani Desa Waleale. *Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 11(2), 31–45. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32833/majem.v10i2.266>
- Heriana, T., Sunarso, S., Mulyanto, T., Wijaya, A., Subagyo, A., Wulandari, R., & Sugeng, S. (2023). Membangun Masyarakat yang Mandiri, Kreatif dan Religius. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(1), 236–242. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i1.1350>
- Kusumah, M. B. A., & Darmawan, A. (2024). Perancangan Desain Kemasan UMKM Nusapad (Nusantara Desk Pad) Dalam Membentuk Citra. *NARSISTIK 2023 "Positioning Pendidikan DKV Berkejaran Dengan Perkembangan Industri Dan Teknologi Informasi,"* 1.
- Kusumaningrum, S. I. (2019). Pemanfaatan Sektor Pertanian Sebagai Penunjang Pertumbuhan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Transaksi*, 11(1), 80–89. <http://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/transaksi/article/view/477/283>
- Mashadi, & Munawar, A. (2021). Pendampingan Pengembangan Kemasan Produk Bagi UMKMKota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Dan Kesatuan*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.374/jadkes.v2i1.1402>
- Putri, D. P., & Suminar, T. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Pada Desa Wisata "Kampung Kokolaka" Kelurahan Jatirejo Kota Semarang. *Enggang: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya*, 3(2), 93–103.
- Setiawardhani, W. O. (2025). Peran Packaging Dalam Strategi Marketing Bagi Daya Tarik Beli Konsumen. *Komunikata* 57, 6(1), 152–162. <https://doi.org/10.55122/kom57.v6i1.1888>
- Sihaloho, R. D., Siagian, E., & Purba, H. (2023). Pemasaran Produk Pertanian yang Memberikan Keuntungan di Desa Purba Dolok, Kecamatan Dolok Sanggul, Kabupaten Humbang Hasunduta. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MAJU UDA*, 3(3), 113–119.
- Susilawati, Fajrina, N., & Dwi Pramesti, R. (2023). Peran Elemen Visual Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kemasan Produk. *Journal of Computer Science and Visual Communication Design*, 8(2), 322–332. <https://doi.org/10.55732/jikdiskomvis.v8i2.903>
- Sutarti, Anharudin, & Maulana, B. (2023). Product Packaging Innovation as a Means of Increasing Consumer Attractiveness in UMKM Kubang Jaya Village. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 187–195. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i1.13319>