

PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK INDUSTRI KREATIF MELALUI PELATIHAN PACKAGING DAN PACKING DI RW 01 KELURAHAN KEDUNGKANDANG KOTA MALANG

Dwiyani Sudaryanti^{1*}, Mohamad Bastomi², Sulton Sholehuddin³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis:
Universitas Islam Malang

Article history

Received : 24 Maret 2022

Revised : 24 Maret 2022

Accepted : 12 Mei 2022

*Corresponding author

Dwiyani Sudaryanti

Email :

Dwianisudaryanti@unisma.ac.id

Abstrak

Peningkatan kesejahteraan masyarakat dapat diwujudkan melalui keberhasilan dalam pengembangan UMKM. Pengembangan Kawasan Ki Ageng Gribig yang menjadi Kampung Tematik Islami menjadi potensi kuat untuk mendorong penguatan ekonomi masyarakat. Industri kreatif yang ada di RW 01 Kelurahan Kedungkandang Malang berpeluang menjadi penghasil kerajinan tangan yang bernilai jual tinggi. Produk unik yang dibuat diharapkan mampu menjadi sebagai ikonik bagi wisatawan yang berkunjung. Namun sedikit pelaku yang menyadari pentingnya pengemasan produk secara menarik sehingga penjualan omset pun belum maksimal. Selain berfungsi untuk menambah nilai jual produk, *packaging* dan *packing* produk dapat menjadi media promosi, memberikan keamanan, bahkan menciptakan identifikasi merk dagang sebuah produk. Kegiatan Program pengabdian bagi Masyarakat ini memiliki solusi dari permasalahan mitra untuk meningkatkan keterampilan pelaku usaha dalam membuat *packaging* dan *packing* produk yang menarik dan aman. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah Penyuluhan, Demonstrasi, Pelatihan yang dilanjutkan dengan pendampingan. Tahap-tahap pelaksanaannya dibagi menjadi lima tahap dengan program-program sebagai berikut: (1) Sosialisasi program (2). Penyuluhan tentang *packaging* dan *packing*; (3). Pelatihan dan pendampingan, (4) Pengadaan sarana-prasarana, (5) Monitoring, evaluasi dan pelaporan.

Kata Kunci: Industri Kreatif, Packaging, Packing

Abstract

Improving people's welfare can be realized through success in developing MSMEs. The development of the Ki Ageng Gribig area into an Islamic Thematic Village has a solid potential to encourage the strengthening of the community's economy. The creative industry in RW 01, Kedungkandang Village, Malang, has the opportunity to become a producer of handicrafts with high selling value. The unique products made are expected to become iconic for visiting tourists. However, few actors are aware of the importance of packaging products in an attractive manner, so sales turnover has not been maximized. In addition to functioning to increase product selling value, product packaging and packaging can be a promotional medium, provide security, and even create a product trademark identification. This Community Service Program has solutions to partner problems to improve the skills of business actors in making attractive and safe product packaging and packaging. The method used in this service is Counseling, Demonstration, and Training, followed by mentoring. The implementation stages are divided into five stages with the following programs: (1) Program socialization; (2) Counseling on packaging and packing; (3) Training and mentoring; (4) Procurement of infrastructure; (5) Monitoring, evaluation, and reporting.

Keywords: Industry Creative , Packaging, Packing

Copyright © 2022 Dwiyani Sudaryanti, Mohamad Bastomi & Sulton Sholehuddin

PENDAHULUAN

Backbone dari Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Jawa Timur sebesar 56,94% adalah UMKM. Artinya 57% *backbone* PDRB Jawa Timur dipegang oleh UMKM. Hampir setiap daerah memiliki potensi produk unggulan yang dihasilkan oleh UMKM. Peningkatan kesejahteraan masyarakat dapat diwujudkan melalui keberhasilan dalam pengembangan UMKM. UMKM menjadi solusi dalam permasalahan tingginya angka pengangguran. Dengan menonjolkan potensi yang dimiliki oleh suatu daerah dapat mempercepat pembangunan daerah

(Herawati et al., 2020). Usaha yang dirintis dari skala kecil akan dapat menyerap tenaga kerja berbanding lurus dengan pengembannya. Semakin besar usaha yang dijalankan akan berpotensi semakin besar pula pergerakan ekonomi pada daerah tersebut.

Demi mendukung peningkatan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) di Kota Malang telah diresmikan gedung UPT Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur di Perumahan Bulan Terang Utama Jl. Ki Ageng Gribig, Kota Malang pada tanggal 30 Maret 2021. Pembangunan pada daerah ini bertujuan untuk mengembangkan ekonomi daerah Kedungkandang melalui pelengkapan fasilitas umum seperti Tol Madyopuro, jembatan kedungkandang, alun-alun, bahkan rencana pembangunan kampus. Fasilitas-fasilitas yang telah dibangun menjadi bagian penting dalam menunjang perluasan jaringan dan akses UMKM serta sebagai sarana pemberdayaan sumberdaya pelaku UMKM. Dukungan yang diberikan perguruan tinggi dalam mendampingi UMKM akan membantu usaha tersebut untuk bertahan (Wiyanto et al., 2021).

Industri kreatif saat ini memiliki potensi untuk dikembangkan. Salah satu jenis usaha yang masuk bidang industri kreatif adalah produk kerajinan tangan. Usaha ini menghasilkan beragam jenis produk. Kawasan daerah Ki Ageng Gribig terdapat beberapa pelaku UMKM yang berhasil membuat berbagai produk kerajinan tangan. Hal ini tentunya sangat selaras dengan proyek pengembangan kawasan Ki Ageng Gribig untuk menjadi Kampung Tematik Islami yang diinisiasi oleh Universitas Islam Malang (UNISMA). Konsep yang unik dan menarik tentunya berpotensi mendatangkan wisatawan untuk berkunjung sehingga kerajinan tangan harusnya menjadi sebuah ikonik yang menjadi ciri khas Kampung Tematik Islami Ki Ageng Gribig. Pengelolaan UMKM secara profesional mampu mendorong untuk naik kelas dan dapat bersaing pada skala nasional, bahkan berpeluang menembus pasar internasional (Putro & Sulistiyowati, 2019).

Pemerintah memberikan dukungan penuh kepada industri kreatif agar bisa berkembang dengan memberikan kemudahan dalam perizinan usaha dan pendampingan. Warga kawasan Ki Ageng Gribig menghasilkan kerajinan tangan berupa berbagai produk *handycraft* berbahan dasar serabut kelapa serta kain batik yang memiliki desain tersendiri. Produk yang dihasilkan oleh industri rumah tangga cukup unik sehingga memiliki potensi untuk dipasarkan. Meskipun produk yang dihasilkan menarik, akan tetapi dalam pengemasannya belum maksimal sehingga produk belum memiliki ciri khas jika dilihat dalam kemasannya. Hal ini dapat dilihat bahwa produk hanya dikemas dengan menggunakan gambar seadanya tanpa ada logo khusus, bentuk desain yang masih tradisional, font tulisan yang tidak serasi dengan desain yang digunakan, serta pemilihan warna yang kurang sesuai dengan produk. Kurangnya keahlian pelaku bisnis dalam membuat kemasan yang cocok dengan produknya berdampak pada kesulitan menembus pasar nasional (Primandari, 2021).

Desain dan produksi bungkus sebuah produk disebut dengan kemasan (Kotler, Anitawat, & Susanto, 2000). Maryama, et al., (2018) menyatakan bahwa kemasan produk menjadi sangat penting untuk mendorong penjualan, namun hanya sedikit pelaku usaha terutama pelaku usaha mikro dan kecil yang memperhatikan kemasan produknya. Hal ini tentunya dapat berdampak pada penurunan ekspektasi pembeli terhadap produk yang dijual. Sebagian besar pelaku usaha masih beranggapan bahwa kemasan menarik membutuhkan biaya yang cukup besar serta tidak terlalu mempengaruhi omset penjualan. Adanya kemasan/*packaging* yang baik hendaknya dapat menjadi media komunikasi/promosi yang mendorong penjualan, karena *packaging* pada saat ini mengalami pergeseran fungsi yang awalnya hanya melindungi sebuah produk, kini berfungsi sebagai identifikasi sebuah merk dagang. Perkembangan *packaging* akhirnya menjadikan bagian ujung tombak dari promosi suatu produk yang akhirnya berfungsi meningkatkan nilai jual produk (Anasrulloh & Basiron, 2017).



Gambar 1. Berbagai Produk Industri Rumahan; Produk Kue Kering (a); Produk Handcraft (b); Produk Sikat (c); Produk Jamu Tradisional (d)

Poin penting sebagai kunci penjualan produk adalah pengembangan bentuk kemasan serta visualisasi desain produk kemasan yang mampu meningkatkan daya tarik penjualan (Nursidiq & Iftayani, 2020). *Packaging* kemasan yang menarik dan bagus merupakan nilai tambah bagi produk apapun yang dijual, dan itu bisa menjadi nilai tambah juga untuk wirausaha yang nanti akan menjadi terkenal (Kemal, et al., 2019). Produk unik yang dikemas dengan menarik tentunya akan menambah nilai jual produk dan meningkatkan kepercayaan konsumen kepada produk itu sendiri (Dewi, et al., 2020). Selain itu, masyarakat yang menggunakan pasar online memiliki kendala terkait teknik dalam mengemas barang dengan baik. Apabila produk yang dikemas kurang baik, maka kemungkinan besar produk yang dikirimkan akan rusak di perjalanan. Tentunya, hal ini bisa menjadi nilai negatif konsumen kepada produk yang dijual sehingga tidak melakukan pembelian ulang. Selain itu, pengemasan yang kurang menarik juga berpengaruh pada penetapan harga jual yang rendah (Dinnullah, et al., 2022).

Berdasarkan analisis kondisi situasi di atas, dalam rangka memecahkan masalah yang dihadapi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kawasan Ki Ageng Gribig perlunya pelatihan terkait teknik dalam mengemas produk yang dijual serta bagaimana membuat label pada produk serta kemasan yang menarik bagi konsumen. Hal tersebut menjadi peran dosen dalam melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi khususnya Dharma yang berkaitan dengan pengabdian kepada masyarakat. Tujuan diselenggarakan program ini diharapkan dapat mengedukasi dan meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengelola bisnis *handycraft*. Peningkatan kompetensi pelaku bisnis UMKM dalam bidang *packaging* dan *packing* menjadi peluang untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan sehingga terjadi pertumbuhan ekonomi secara umum.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan paparan analisis situasi dan segala permasalahan yang terdapat pada pelaku UMKM Kawasan Ki Ageng Gribik yaitu usaha rumahan milik Ibu Ari (Usaha Kue Kering) dan Bapak Putut (Usaha Minuman Jamu) tepatnya berada di RW 01 Kelurahan Kedungkandang, maka ada beberapa hal yang memungkinkan dapat digunakan untuk memecahkan permasalahan tersebut melalui:

1. Melakukan penyuluhan dan pelatihan terkait teknik dalam membuat *packaging* dan *packing* produk.
2. Melakukan pendampingan dalam proses membuat *packaging* dan *packing* produk.
3. Secara rinci pemecahan masalah tersebut dapat dicapai melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:
4. Tahap sosialisasi kepada pelaku UMKM tentang pelaksanaan program pengabdian masyarakat, sosialisasi menyangkut jadwal pelaksanaan, tempat dan sarana prasarana yang digunakan serta menggali permasalahan yang dihadapi pelaku usaha;
5. Penyuluhan tentang teknik *packaging* dan *packing* produk, tujuan penyuluhan ini adalah agar peserta dapat memahami langkah-langkah dalam membuat *packaging* yang menarik dan *packing* produk yang aman. Sehingga sebelum praktik, peserta sudah memiliki bekal pengetahuan yang cukup memadai.
6. Pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan *packaging* dan *packing* produk. Tujuan dari pelatihan ini adalah agar peserta mampu membuat *packaging* yang menarik dan *packing* produk yang aman. Cara pelaksanaannya melalui demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan.
7. Monitoring dan evaluasi terhadap keberhasilan program. Tujuannya adalah mengukur tingkat keberhasilan program yang telah diterapkan peserta pelatihan. Cara yang ditempuh adalah dengan pengamatan secara langsung dengan melihat *packaging* dan *packing* produk yang dibuat oleh peserta. Hasil monitoring ini diharapkan dapat mencapai target yang telah ditetapkan, terutama peningkatan keterampilan pelaku usaha.

HASIL PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat ditujukan kepada pelaku usaha rumahan (UMKM) di lingkungan RW 1 Kelurahan Kedungkandang Kota Malang bertujuan dalam peningkatan daya saing produk yang dihasilkan. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan memberikan pemberdayaan pelaku usaha mengenai pentingnya pengemasan produk (*Packaging* dan *Packing*). Serangkaian pelaksanaan program telah berhasil dilaksanakan secara menyeluruh dengan sukses dan baik. Kegiatan pemberdayaan dapat dilaksanakan dengan menggunakan berbagai metode secara bertahap. Selain itu, terjalinnya Kerjasama antara Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Malang (UNISMA) dengan Pemerintah Kota Malang menjadikan Kelurahan Kedungkandang sebagai daerah binaan turut mendukung keberlanjutan dari program yang telah dijalankan.



Gambar 2. Pelaksanaan Sosialisasi pelaksanaan Program Pengabdian

Pertama, kegiatan diawali dengan dilakukannya sosialisasi kepada pelaku usaha rumahan pada Rw 1 Kelurahan Kedungkandang. Pada tahap ini, observasi dilakukan dengan menyasar ke rumah Ibu Dyan Ernawati selaku ketua kelompok UMKM lingkungan RW 1. Ibu Dyan Ernawati menjelaskan bahwa lingkungan RW 1 memiliki banyak pelaku usaha rumahan dengan berbagai bidang, seperti kerajinan tangan (*Handcraft*) dari klobot jagung, *suspeso* dari kain batik, aneka kue kering, catering, jamu tradisional, sapu, sikat, dan lainnya. Dalam proses sosialisasi disampaikan bahwa tujuan dari program yang diadakan untuk memberdayakan pelaku usaha dalam meningkatkan teknik *packaging* dan *packing* produk. Dari beberapa pelaku usaha yang hadir, disepakati untuk dipilih dua jenis UMKM yang dapat digunakan sebagai *sample* dalam program ini, yaitu usaha kue kering dan usaha minuman jamu tradisional.



Gambar 3. Penyuluhan Materi Packaging dan Packing

Kedua, pada tahap ini pelaku usaha diberikan penyuluhan terkait dasar dan ruang lingkup *packaging* dan *packing*. Pelaku usaha diberikan pemaparan teoritis melalui metode ceramah. Dalam bahasan *packaging*, pelaku usaha diedukasi bahwa kemasan sebuah produk menjadi poin penting yang harus diperhatikan. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pembungkus produk saja, melainkan sebagai media yang mampu mengilustrasikan kualitas produk, media pemasaran produk, bahkan sudah mengarah kepada pembentukan *branding* dari produk itu sendiri. Pembuatan kemasan yang berbeda dari produk yang sejenis dapat menjadi keunggulan dalam bersaing. Ada dua hal yang perlu dipertimbangkan dalam menyusun konsep *packaging* yaitu daya tarik visual dan daya tarik fungsional. Selain itu, unsur yang tidak kalah penting yang harus ada dalam *packaging* adalah komponen kemasan yang berisi terkait informasi detail produk.

Dalam pembahasan tentang *packing*, pelaku usaha diberikan edukasi bahwa dalam pengiriman barang terdapat risiko cacat/rusak produk ketika sampai di pembeli. Jika hal ini terjadi, tentunya barang yang telah sampai ke pembeli akan dikembalikan kepada penjual. Dampaknya membuat penjual menanggung beban kerugian karena produk rusak serta ongkos pengiriman. Pengemasan yang aman berfungsi untuk meminimalisir kerugian barang rusak dalam perjalanan. Cara *packing* yang tepat adalah menyesuaikan jenis produk yang akan dikirimkan. Jika produknya rawan rusak, pecah, atau bernilai tinggi tentunya membutuhkan pembungkus yang lebih aman. Adapun beberapa bahan yang dapat digunakan dalam melakukan *packing* adalah plastik *polymailer*, *buble wrap*, kotak kayu, kardus, kertas/koran bekas dan *styrofoam*.



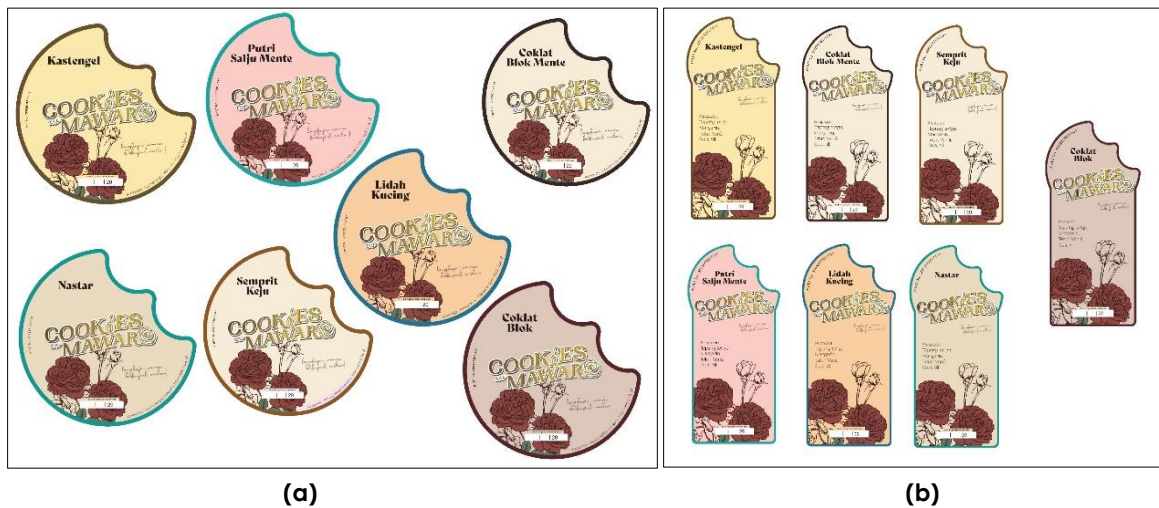
Gambar 4. Pembuatan Konsep Packaging dan Packing

Ketiga, pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan *packaging* dan *packing* produk UMKM. Pada tahap ini dilakukan diskusi antara pelaku usaha rumahan, pendamping, dan praktisi untuk mengevaluasi *packaging* dan *packing* yang dipakai saat ini oleh masing-masing pelaku usaha rumahan. Setelah pelaku usaha menjelaskan secara detail, maka para praktisi mengevaluasi dan memberikan masukan terkait bagaimana *packaging* dan *packing* yang dapat diterapkan pada masing-masing produk. Pada tema, praktisi yang dihadirkan perwakilan dari PT Inagata selaku *startup digital*, sedangkan pada pembahasan *packing*, praktisi yang dihadirkan perwakilan dari khaycarfft Hijab selaku grosir bisnis produk hijab. Dari proses pendampingan diperoleh hasil berupa desain *packaging* dari produk minuman jamu tradisional dan produk aneka kue kering. Sedangkan dalam *packing*, pelaku usaha praktik secara langsung dalam mengemas produk dengan mempertimbangkan bahwa produk yang dikemas telah dilapisi dengan baik sehingga dipastikan produk tidak tergoncang selama pengiriman. Pelaku usaha yang mengirimkan produk perlu menambahkan himbuan/stiker peringatan jika produk yang dikirim bernilai tinggi atau rawan rusak.



Gambar 5. Diskusi Kendala Dalam Pembuatan Packaging dan Packing

Keempat, monitoring dan evaluasi terhadap keberhasilan produk. Pada tahap ini dua pelaku usaha diperlihatkan hasil dari desain *packaging* yang dibuatkan oleh PT Inagata. Selaku pemilik usaha, memberikan *feedback* atas desain *packaging* yang telah dibuat sehingga dilakukan beberapa revisi penyesuaian atas permintaan dua pelaku usaha rumahan. Hasil akhir pada kegiatan yang telah dilakukan adalah terciptanya desain baru dari *packaging* produk usaha minuman jamu tradisional dan usaha aneka kue kering. Hal ini tentunya menjadi peluang kedua UMKM untuk dapat meningkatkan penjualan karena penggunaan bentuk *packaging* baru. Selain itu, pelayanan yang baik dalam pengiriman produk dapat membuat pembeli merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.



Gambar 6. Desain Packaging Produk Kue Kering; desain bulat (a); desain memanjang (b)



Gambar 7. Desain Packaging Produk Jamu Tradisional

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat pada pelaku usaha rumahan di lingkungan RW 1 Kelurahan Kedungkandang Kota Malang terselenggara dengan hasil yang baik. Antusiasme yang cukup tinggi dari pelaku usaha turut mendukung keberhasilan program yang dijalankan. Penggunaan kemasan (*packaging*) yang menarik menjadi peluang UMKM dalam meningkatkan penjualannya. Selain berfungsi sebagai bungkus yang menjaga kualitas produk, kemasan juga bermanfaat sebagai media promosi produk dan juga sebagai media branding produk itu sendiri. Penggunaan *packaging* yang baru memberikan peluang pelaku usaha rumahan dapat bersaing pada penjualan *online*. Keberhasilan pelaku usaha merambah pangsa pasar online telah ditunjang dengan kemampuan mereka dalam melakukan pengemasan (*packing*) barang untuk dikirimkan ke pembeli. Pengemasan yang baik bermanfaat untuk mengurangi risiko kerusakan produk selama proses pengiriman. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penguasaan dalam strategi *packaging* dan *packing* sebuah produk dapat membantu pelaku usaha dalam upaya untuk meningkatkan penjualan produk.

PUSTAKA

- Anasrulloh, M., & Basiron. (2017). Pelatihan Pembuatan Kemasan (Packaging) Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Olahan Kue Kacang Emping Melinjo. *J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(1), 26–30. <https://doi.org/10.31227/osf.io/7nbkr>
- Dewi, T. A., Ningrum, & Rahmawati, Y. (2020). Pelatihan Packaging Kain Flanel Di Panti Asuhan Muhammadiyah Budi Utomo Metro. *Pelatihan Packaging Kain Flanel Di Panti Asuhan Muhammadiyah Budi Utomo Metro*, 2, 348–353.
- Dinnullah, R. N. I., Irawan, N. D., Nurdin, S., & Susilo, D. A. (2022). Peningkatan Produktivitas Petani Kopi Melalui Sekolah Lapang Kopi dan Workshop Packing Process Berbasis Pemberdayaan Masyarakat. *JPKMI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia)*, 3(1), 38–46. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36596/jpkmi.v3i1.222>
- Herawati, S., Parantika, A., & Afriza, L. (2020). Pelatihan Packaging Produk Unggulan Masyarakat Desa Wisata. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(6), 1040–1048. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jmm.v4i6.2707>
- Kemal, A., Dwiyan, P., Ahmad, H., Muhammad, S., Frally, F., & Oktivasari, P. (2019). Pelatihan Packaging Dan Pemasaran Umkm Online Di Desa Sindangmulya, Kabupaten Bekasi. *Mitra Akademia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 39–42. <https://doi.org/10.32722/mapnj.v2i2.2695>
- Khotler, Philip, & Susanto, A. (2000). Manajemen Pemasaran di Indonesia Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian. Jakarta: Salemba Empat.
- Maryama, S., Yandri, P., & Istimal, I. (2018). Pelatihan Pembuatan Packaging Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di Kota Tangerang Selatan. *SEMBADHA 2018 Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 156–159. <http://jurnal.stan.ac.id/index.php/sembadha/article/download/365/255>
- Nursidiq, C., & Iftayani, I. (2020). Pelatihan Packaging Dan Pendampingan Pemasaran Online Bagi UMKM Yangko Anindita Purworejo. *Proceeding of The 12th University Research Colloquium 2020: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 99–104.
- Primandari, P. N. (2021). Pelatihan Desain Label Packaging pada Produk Olahan Pisang di Desa Kebondalem, Kabupaten Jombang. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 1–4.
- Putro, P. U. W., & Sulistiyowati, L. N. (2019). Pelatihan Smart Packaging Pada Usaha Mikro Emping Jagung Di Kabupaten Magetan. *Jurnal Berdaya Mandiri*, 1(2), 193–201.
- Wiyanto, Satrio, M. N., Chahyowiguno, Herdiana, T., & Adilla, L. (2021). Meningkatkan Kualitas Packing dan Promosi UKM Diana Cake's Desa Jabon Mekar Kecamatan Parung Kabupaten Bogor. *Pekodimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 1106–1118.

Format Sitasi: Sudaryanti, D., Bastomi, M., & Sholehuddin, S. (2022). Peningkatan Penjualan Produk Industri Kreatif Melalui Pelatihan *Packaging* dan *Packing* di RW 01 Kelurahan Kedungkandang Kota Malang. *Reswara. J. Pengabd. Kpd. Masy.* 3(2): 434-441. DOI: <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1861>



Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat oleh Universitas Dharmawangsa Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan dengan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution NonCommercial ShareAlike 4.0 ([CC-BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/))