

# PELATIHAN DESAIN PACKAGING SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA TARIK DAN BRANDING UMKM LOKAL

Shafiera Lazuardi<sup>1\*</sup>, Roswaty<sup>2</sup>, Lili Syafitri<sup>3</sup>, Diny Nur Ramadhanty<sup>4</sup>, Zara Barika<sup>5</sup>

1). 2). 4). 5) Manajemen, Universitas Indo Global Mandiri

3) Akuntansi, Universitas Indo Global Mandiri

## Article history

Received : 21 Desember 2023

Revised : 27 Desember 2023

Accepted : 2 Januari 2024

## \*Corresponding author

Shafiera Lazuardi

Email : shafieralazuardi@uigm.ac.id

## Abstrak

Pemahaman tentang packaging kreatif sebagai strategi meningkatkan daya tarik dan branding UMKM lokal sangat diperlukan dikarenakan packaging merupakan perwakilan persepsi premiumitas dari sebuah merek. Namun, dengan adanya keterbatasan akses internet dan pengetahuan, membuat pelaku UMKM di Desa Sungai Duren Kecamatan Lembak tidak memahami karakteristik umum yang dapat digunakan dalam packaging suatu produk. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dengan mengintegrasikan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) dengan perancangan kegiatan yang saling mendukung. Kegiatan ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan. Tahapan awal dimulai dengan studi pendahuluan, pemetaan potensi dan keterampilan, pengembangan materi pelatihan, pelaksanaan pelatihan, evaluasi, serta dokumentasi dan publikasi. Kegiatan pelatihan berjalan dengan baik, hasil yang dicapai sesuai dengan tujuan yang diharapkan yaitu (1) peserta mendapatkan stimulus kreativitas dalam merancang desain packaging melalui contoh packaging yang mereka amati secara langsung; (2) peserta memahami strategi branding yang dapat diterapkan pada bisnis masing-masing; (3) peserta memahami fungsi dari packaging tidak hanya sebagai wadah untuk menyimpan produk saja melainkan dapat dijadikan sebagai sarana promosi dan branding. Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan peserta memiliki tingkat kepuasan yang tinggi terhadap relevansi materi, kualitas materi, selain itu peserta merasa aktif terlibat dalam sesi pelatihan dan memiliki kesempatan untuk berpartisipasi serta berdiskusi secara efektif. Pelatihan terkait packaging dapat dilanjutkan dimasa yang akan datang dengan menerapkan diversifikasi pendekatan dalam pelatihan, hal ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan peserta dengan tingkat pemahaman yang berbeda-beda.

Kata Kunci: Packaging; Strategi; Branding; UMKM

## Abstract

*An understanding of creative packaging as a strategy to increase the attractiveness and branding of local MSMEs is essential because packaging represents the perception of a brand's premium. However, with limited internet access and knowledge, MSMEs in Sungai Duren Village, Lembak District, need to understand the general characteristics that can be used in product packaging. This training activity was carried out by integrating Thematic Real Work Lectures (KKNT) with the design of mutually supportive activities. This activity is carried out through several stages. The initial stage begins with preliminary studies, potential and skills mapping, development of training materials, implementation of training, evaluation, documentation, and publication. The training activities went well, and the results were in line with the expected objectives: 1) Participants received a creative stimulus in designing packaging designs through packaging examples that they observed directly; 2) Participants understand branding strategies that can be applied to their respective businesses; 3) Participants understand that packaging is not only a container for storing products but can also be used as a means of promotion and branding. The activity evaluation results showed that participants had a high level of satisfaction with the relevance of the material and quality; besides that, participants felt actively involved in the training session and had the opportunity to participate and discuss effectively. Training related to packaging can be continued in the future by implementing a diversified approach to training; this is expected to meet the needs of participants with different levels of understanding.*

Keywords: Packaging; Strategy; Branding; MSMEs

Copyright © 2024 Shafiera Lazuardi, Roswaty, Lili Syafitri, Diny Nur Ramadhanty, Zara Barika

## PENDAHULUAN

Kecamatan Lembak merupakan Kecamatan yang terletak di Kabupaten Muara Enim Provinsi Sumatera Selatan. Wilayah ini memiliki banyak potensi hasil bumi yang dapat dikembangkan seperti kopi, nanas dan singkong (Dwirati et al., 2023). Desa Sungai Duren yang merupakan salah satu dari 10 desa yang ada di wilayah Kecamatan Lembak. Sebagian besar masyarakat Desa Sungai Duren terlibat dalam kegiatan perkebunan karet. Masyarakat di Desa Sungai Duren sebagian besar berprofesi sebagai pekerja di perkebunan karet yang melakukan pekerjaan mulai dari penanaman, pemeliharaan karet, hingga proses pemanenan getah. Pendapatan utama masyarakat berasal dari upah bekerja sebagai petani di kebun karet dan hasil penjualan karet yang biasanya digunakan dalam industri karet yang menghasilkan barang-barang seperti ban, alas kaki dan lain lain.

Berdasarkan hasil observasi Desa Sungai Duren memiliki keanekaragaman sumber daya alam seperti tanah yang subur dan perairan yang baik serta memiliki aliran sungai yang bersih. Desa Sungai Duren memiliki potensi wisata yang dapat dikembangkan. Salah satu objek wisata yang ada adalah Pemandian Pijar Jaya. Berbagai upaya telah dilakukan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Sungai Duren seperti perbaikan fasilitas objek wisata dan penggunaan media sosial untuk mempromosikan objek wisata (Syahputra et al., 2023). Penggunaan sosial media saat ini telah berkembang menjadi alat promosi bisnis yang sangat kuat selain dapat meningkatkan pendapatan, penggunaan media sosial juga dapat menurunkan biaya periklanan (Rambabu & Porika, 2020)

Desa Sungai Duren memiliki potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dapat dikembangkan dikarenakan masyarakat desa selain bekerja pada perkebunan karet juga memiliki bisnis kecil yang memanfaatkan potensi alam, sebagian besar masyarakat mengolah sumber daya alam hingga dapat meningkatkan nilai jual dari produk. Adapun produk olahan yang umum diproduksi di Desa Sungai Duren adalah produk olahan dari singkong seperti keripik ubi, opak, dan gorengan. Keterbatasan kemampuan dalam masyarakat mengolah produk unggulan juga menjadi permasalahan yang harus diselesaikan, selain itu produk yang diperdagangkan saat ini belum memiliki daya saing dan belum menarik perhatian konsumen. UMKM di Indonesia saat ini masih sulit menghadapi berbagai tantangan untuk bersaing dengan produk-produk industri besar, selain itu UMKM di Indonesia juga memiliki kemampuan pengelolaan terhadap teknologi dan belum memiliki kemampuan dalam mengelola *branding* dengan baik (Pasaribu et al., 2023; Rico Elhando Badri et al., 2022; Agarina et al., 2023). UMKM di Desa Sungai Duren juga memiliki tantangan tersendiri untuk berkembang diantaranya tidak memiliki pemahaman tentang daya tarik visual dan pentingnya kemasan yang menarik sehingga rendahnya kesadaran ini menyebabkan desain yang tidak membedakan dengan produk pesaing. Pelaku UMKM di Desa Sungai Duren masih menggunakan material kemasan yang sederhana sehingga memberikan kesan kurang profesional dan tidak menarik.

Studi terdahulu membuktikan bahwa desain kemasan dan label sangat penting dalam memfasilitasi persepsi premiumitas merek. Selain itu *branding* juga dapat memperkuat produk dalam mengendalikan pasar melalui kepercayaan konsumen (Susanti et al., 2023). Penelitian terkait menunjukkan bahwa konsumen mengasosiasikan beberapa fitur, seperti label, kemasan, dengan kualitas premium, mengingat konotasi kualitasnya (Romeo-Arroyo et al., 2023; Yuan et al., 2023; Rambabu & Porika, 2020; Soedarso et al., 2023; Pranoto et al., 2023; Ahmad et al., 2022). Desa Sungai Duren memiliki potensi Sumber Daya Manusia (SDM) khususnya anak muda karang taruna yang dapat dimanfaatkan untuk menerapkan penggunaan teknologi dan melakukan inovasi bisnis dalam menciptakan kemasan yang unik dan menarik. Dengan terbentuknya UMKM desa yang memiliki daya saing yang tinggi akan mendorong UMKM tersebut menciptakan produk yang dapat dijadikan oleh-oleh khas untuk wisatawan yang berkunjung ke Desa Sungai Duren. Dengan adanya pelatihan pendukung kegiatan kewirausahaan pada akhirnya diharapkan dapat mengurangi permasalahan yang ada di lingkungan masyarakat, meningkatkan kreativitas dan inovasi masyarakat (Lazuarni et al., 2023).

Kolaborasi antara sektor wisata dengan pengembangan UMKM juga akan menghasilkan peningkatan pemasaran produk lokal, peningkatan permintaan dan penjualan serta diversifikasi sumber pendapatan. Lebih lanjut UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia termasuk dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal (Buana & Karawang, 2023; Perwitasari, 2021). Kegiatan pelatihan desain *packaging* di Desa Sungai Duren ini merupakan bentuk integrasi dari kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik yang dilakukan pada tahun 2023, pelaksanaa kegiatan ini dilakukan atas dasar analisis kebutuhan dengan mempertimbangkan potensi SDA dan SDM desa. Program kerja KKNT yang dilakukan oleh mahasiswa sebagian besar memberikan pelatihan tentang memberikan nilai tambah suatu produk agar produk olahan lebih bervariasi seperti pelatihan pengolahan produk olahan nanas menjadi permen, pelatihan pembuatan tepung mocaf, serta pemberdayaan wanita tani melalui pelatihan pengolahan singkong (Aprianoputri et al., 2023; Fiorentina et al., 2023; Ramadhanty et al., 2023).

Pelatihan desain *packaging* sebagai strategi meningkatkan daya tarik produk dan *branding* bisnis UMKM di Desa Sungai Duren bertujuan untuk (1) memberikan stimulasi kreativitas kepada masyarakat dan pelaku UMKM dalam merancang desain *packaging*, (2) meningkatkan pemahaman masyarakat dan pelaku UMKM mengenai strategi *branding*, (3) memberikan pemahaman kepada masyarakat dan pelaku UMKM mengenai berbagai fungsi dari *packaging*.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan. Tahapan awal dimulai dengan melakukan studi pendahuluan, pemetaan potensi dan keterampilan, pengembangan materi pelatihan, pelaksanaan pelatihan, evaluasi, serta dokumentasi dan publikasi. Adapun metode pelaksanaan pelatihan desain *packaging* sebagai strategi meningkatkan daya tarik produk dan *branding* bisnis UMKM di Desa Sungai Duren dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

Berdasarkan pada gambar 1 pelaksanaan pelatihan diawali dengan melakukan studi pendahuluan, kegiatan ini dilakukan dengan mengidentifikasi kebutuhan, potensi serta tantangan UMKM di Desa Sungai Duren terkait pemahaman dan konsep *packaging* dalam kebutuhan *branding*. Studi awal ini mencakup observasi dan wawancara dengan masyarakat, pelaku UMKM dan anggota karang taruna pada tahapan ini melibatkan 2 orang dosen yang memiliki keahlian di bidang manajemen pemasaran dan akuntansi UMKM. Tahapan ini juga melibatkan 14 orang mahasiswa KKNT yang ditempatkan di Desa Sungai Duren. Tahapan berikutnya adalah pemetaan potensi atau survey pra-pelatihan, tahapan kedua ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi potensi pelaku UMKM terkait kegunaan *packaging* yang dapat digunakan dalam peningkatan daya saing. Survey ini bertujuan mengetahui informasi sebagai berikut: 1) pengalaman pelatihan

serupa; 2) penerapan desain kreatif dalam *packaging*; dan 3) pemahaman Konsep *packaging*; 4) persepsi peserta terhadap kegunaan *packaging*. Adapun jawaban dari responden dapat dilihat pada gambar 2.



**Gambar 2. Survey Pra-Pelatihan (a) Pengalaman Pelatihan Serupa; (b) Penerapan Desain dalam Packaging; (c) Pemahaman Konsep Packaging; (d) Persepsi Peserta terhadap Kegunaan Packaging**

Berdasarkan gambar 2 didapatkan informasi seluruh responden belum pernah memiliki pengalaman mendapatkan pelatihan serupa dan usaha yang dijalankan sekarang belum menerapkan desain kreatif dalam packagingnya. Informasi yang didapatkan berikutnya adalah mayoritas responden (87%) sebanyak 26 orang saat ini kurang paham mengenai konsep packaging, saat ini mereka hanya memahami bahwa fungsi dari packaging adalah untuk membungkus produk, akan tetapi 50% sebanyak 15 orang dan; 37% sebanyak 11 orang memahami bahwa kegunaan packaging dalam bisnis penting; dan cukup penting. Setelah didapatkan informasi dan gambaran kondisi calon peserta, tim pelatihan melakukan pengembangan materi pelatihan

Perancangan materi pelatihan ini dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan tingkat pemahaman peserta. Materi pelatihan mencakup kegunaan packaging dalam bisnis dan pemasaran, untuk mempermudah proses pemahaman materi, tim pelaksana memberikan ringkasan materi dalam bentuk flyer. Tahapan berikutnya pada hari Kamis, tanggal 27 Juli 2023 pelaksanaan pelatihan dilakukan secara tatap muka. Setelah kegiatan pelatihan dilakukan tim pelaksana melakukan evaluasi dan mendapatkan umpan balik dari peserta untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki. Adapun pertanyaan yang digunakan adalah mengenai 1) relevansi materi pelatihan; 2) kualitas materi pelatihan dan 3) kesempatan partisipasi dan diskusi. Tahapan terakhir adalah membuat dokumentasi dan menyusun luaran atau publikasi kegiatan pelatihan.

## HASIL PEMBAHASAN

Pelaksanaan PkM dilaksanakan di kantor Kepala Desa Sungai Duren pada hari Kamis tanggal 27 Juli 2023. Peserta pelatihan difokuskan pada pelaku usaha/UMKM dan pemuda Desa yang tergabung dalam karang taruna. Untuk membantu pemahaman materi, peserta diberikan panduan seperti pada Gambar 3.



Gambar 3. Panduan Materi

Untuk mencapai tujuan yang diharapkan, pelatihan ini dilakukan secara interaktif dan partisipatif agar peserta memahami bagaimana dapat meningkatkan daya saing dan nilai jual suatu produk. Tahapan berikutnya adalah menjelaskan materi kegunaan packaging dalam bisnis dan pemasaran disertai dengan menunjukkan cara melakukan perbaikan packaging seperti yang tertuang pada gambar 4.



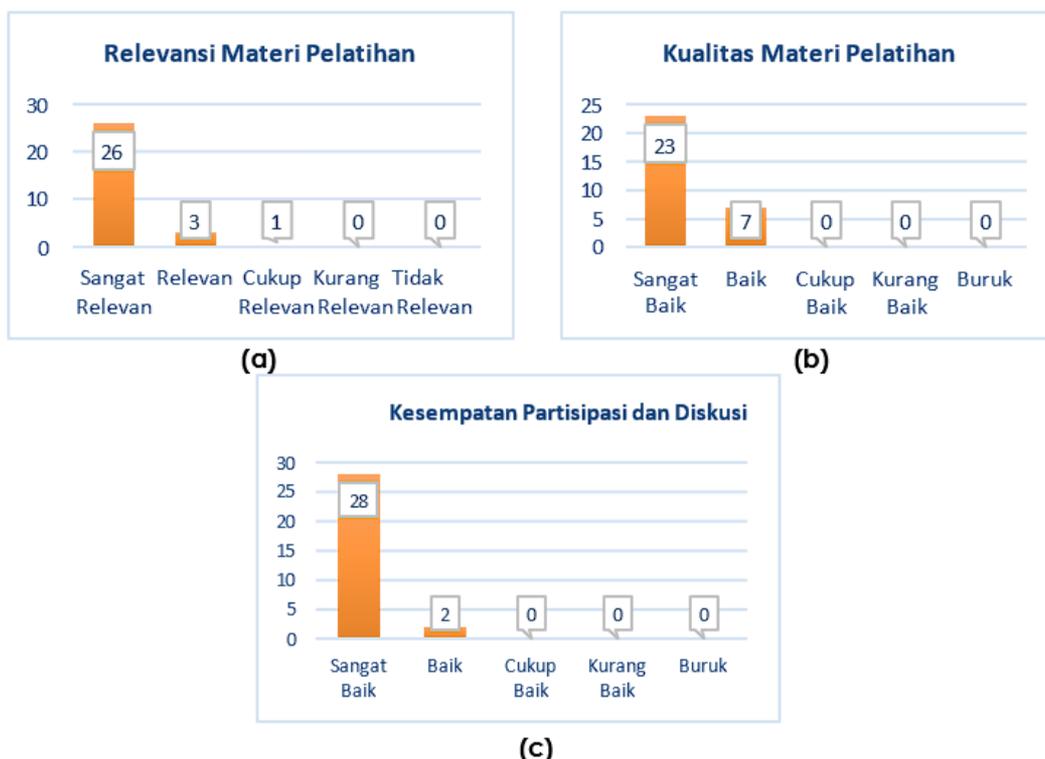
Gambar 4. Keluaran Desain Packaging (a) Desain Stiker (b) Hasil Desain Packaging (c) Ilustrasi Packaging Produk

Setelah melakukan pelatihan terkait kegunaan packaging dalam bisnis kepada peserta, melalui sesi diskusi dan tanya jawab didapatkan hasil: (1) peserta mendapatkan stimulus kreativitas dalam merancang desain packaging melalui contoh *packaging* yang dapat mereka amati secara langsung; (2) peserta memahami strategi branding yang dapat mereka terapkan pada bisnis masing-masing; (3) peserta memahami bahwa fungsi dari *packaging* tidak hanya sebagai wadah untuk menyimpan produk saja melainkan dapat dijadikan sebagai sarana promosi dan branding. Proses terakhir sebelum kegiatan pelatihan diakhiri, tim pelaksana melakukan evaluasi dengan mengukur relevansi materi, kualitas materi, serta kesempatan partisipasi

dan diskusi. Evaluasi ini diharapkan mendapatkan input atas materi yang diberikan dimasa yang akan datang. Adapun pertanyaan yang digunakan dalam survey pasca-pelatihan adalah sebagai berikut:

1. Seberapa relevan materi pelatihan dengan kebutuhan anda?
2. Bagaimana penilaian anda terhadap kualitas materi pelatihan?
3. Sejauh mana sesi pelatihan memberikan kesempatan partisipasi dan diskusi?

Dari ketiga pertanyaan evaluasi didapatkan hasil yang memuaskan, adapun hasil yang diperoleh ditunjukkan pada gambar 5.



**Gambar 5. Evaluasi Pasca Pelatihan; Relevansi Materi (a); Kualitas Materi Pelatihan (b); Kesempatan Partisipasi dan Diskus (c)**

Berdasarkan hasil evaluasi peserta pelatihan memberikan respon yang positif terhadap relevansi materi pelatihan dengan kebutuhan peserta. Dari sebanyak 30 responden, 26 orang diantaranya (86,7%) menyatakan materi pelatihan sangat relevan, selanjutnya 3 orang atau (10%) menganggap relevan, dan hanya 1 orang menganggap cukup relevan. Tidak ada peserta merasa materi pelatihan kurang atau bahkan tidak relevan. Hasil ini menunjukkan peserta merasa puas terhadap kesesuaian materi pelatihan dengan kebutuhan peserta.

Dilihat dari kualitas materi pelatihan, memberikan penilaian positif terhadap kualitas materi pelatihan. Dari 30 responden 23 di antaranya atau sebanyak (76,7%) menyatakan bahwa kualitas materi pelatihan sangat baik adapun 7 orang atau (23,3%) menganggapnya baik. Hasil evaluasi ini mencerminkan tingkat yang tinggi atas kepuasan peserta terhadap materi pelatihan dan menunjukkan bahwa peserta menganggap materi tersebut berkualitas dan memberikan manfaat yang berarti.

Dilihat dari respon peserta terhadap kesempatan partisipasi dan diskusi, peserta menilai kesempatan partisipasi dan diskusi sangat positif. Dari 30 peserta terdapat 28 orang atau (93,3%) menyatakan bahwa sesi pelatihan sangat baik dalam memberikan kesempatan untuk berpartisipasi dan berdiskusi sementara 2 orang

atau (6,7%) menganggapnya baik. Hasil ini menunjukkan bahwa peserta merasa aktif terlibat dalam sesi pelatihan dan memiliki kesempatan untuk berpartisipasi serta berdiskusi secara efektif

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi dan pelaksanaan kegiatan PkM di Desa Sungai Duren dapat disimpulkan bahwa peserta mendapatkan stimulus kreativitas dalam merancang desain packaging melalui contoh packaging yang dapat mereka amati secara langsung, selanjutnya peserta memahami strategi branding yang dapat mereka terapkan pada bisnis masing-masing. Selain itu peserta dapat memahami bahwa fungsi dari packaging tidak hanya sebagai wadah untuk menyimpan produk saja melainkan dapat dijadikan sebagai sarana promosi dan branding. Kegiatan ini dapat mendorong menumbuhkan kesadaran merek (Brand Awareness) pelaku UMKM agar produk-produk UMKM Desa Sungai Duren dikenal luas di pasar lokal maupun regional. Pelatihan terkait packaging dapat dilanjutkan dimasa yang akan datang dengan menerapkan diversifikasi pendekatan dalam pelatihan, hal ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan peserta dengan tingkat pemahaman yang berbeda-beda

## PUSTAKA

- Agarina, M., Sutedi, Febriani, O. M., & Karim, A. S. (2023). Edukasi Kewirausahaan Melalui Program Kerja Market Day di SMP PGRI 400 Tangerang. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 1–6. <https://doi.org/10.32877/nr.v3i1.774>
- Ahmad, S., Sarwo Utomo, D., Dadhich, P., & Greening, P. (2022). Packaging design, fill rate and road freight decarbonisation: A literature review and a future research agenda. *Cleaner Logistics and Supply Chain*, 4, 100066. <https://doi.org/10.1016/j.CLSCN.2022.100066>
- Aprianoputri, A., Aliefia, S. P., Atikah, R., Alfariz, M. D., Nurkholis, Kgs, M., Emilda, E., & Lazuarni, S. (2023). Pengembangan usaha kuliner berbasis potensi lokal pengembangan melalui pengolahan tepung mocaf. 4(6), 11608–11615.
- Buana, U., & Karawang, P. (2023). Peran Signifikan Media Sosial Terhadap Pemasaran Produk Kemasan UMKM Pada Daerah Karawang. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(3), 128–142. <https://doi.org/10.55606/OPTIMAL.V3I3.1811>
- Dwirati, L., Melati, R., Sulistia, A. W., Putra, M. R. A., Ulum, M. B., Hendarmin, R. M. R., Indo, U., & Mandiri, G. (2023). Pengenalan Branding dan Packaging dalam Meningkatkan Penjualan pada UMKM Kemplang Ubu di Desa Talang Nangka, Kecamatan Lembak. 3(3), 83–87.
- Fiorentina, Y., Nurkholis, K. M., Emilda, E., & Shafiera, S. (2023). Pemberdayaan Wanita Tani Melalui Pelatihan Pengolahan Singkong Untuk Meningkatkan Potensi Wirausaha. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(5), 4939–4946.
- Lazuarni, S., Putri, A. U., & Asharie, A. (2023). Pelatihan Pembuatan citrus Dishwash Sebagai Peluang Wirausaha Rumah Tangga di Desa Alai Selatan, Kecamatan Lembak. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 616–623. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i3.13506>
- Pasaribu, M. K., Larasati, A. N., Siahaan, D. F., & Manik, B. (2023). Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM Tahu Sumedang Putri Deli Medan melalui Kemasan Ramah Lingkungan dan Strategi Digital Marketing. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 57–67. <https://doi.org/10.53299/bajpm.v3i1.275>
- Perwitasari, D. A. (2021). Branding Produk Label Kemasan Sebagai Upaya Pengembangan Daya Tarik Pemasaran pada UMKM Rengginang di Kelurahan Pakistaji Wonoasih Kota Probolinggo. *Jurnal Abdi Panca Mara*, 2(1), 34–38. <https://doi.org/10.51747/abdipancamara.v2i1.741>

- Pranoto, H. I., Buana, U., & Karawang, P. (2023). Peran Signifikan Media Sosial Terhadap Pemasaran Produk Kemasan UMKM Pada Daerah Karawang. 3(3).
- Ramadhanty, D. N., Bella, S., Angelieta, P. V., Riki, M., Lazuarni, S., & Nurkholis, K. M. (2023). PEMBERDAYAAN KELOMPOK WANITA TANI BERBASIS DIVERSIFIKASI OLAHAN NANAS SEBAGAI OLEH-OLEH. 6, 4610-4615.
- Rambabu, L., & Porika, R. (2020). Packaging strategies: knowledge outlook on consumer buying behaviour. *Journal of Industry-University Collaboration*, 2(2), 67-78. <https://doi.org/10.1108/JIUC-10-2019-0017>
- Rico Elhando Badri, Cahyani Pratisti, & Anandha Sartika Putri. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 347-353. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1268>
- Romeo-Arroyo, E., Jensen, H., Hunneman, A., & Velasco, C. (2023). Assessing the influence of packaging design symmetry, curvature, and mark on the perception of brand premiumness. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 31, 100656. <https://doi.org/10.1016/J.IJGFS.2022.100656>
- Soedarso, S., Utomo, C., Suryani, A., Endarko, E., & Ahmad, I. S. (2023). Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Lumajang melalui Pendampingan Kemasan dan Pemasaran Produk. *Sewagati*, 7(3). <https://doi.org/10.12962/j26139960.v7i3.466>
- Susanti, A., Handayani, L. S., Hildayati, S. K., Hertati, L., & Hendarmin, R. . R. (2023). Branding Dan Labeling Sebagai Upaya Strategi Pemasaran Produk Emping Singkong Umkm Di Desa Petanang. *Community Development Journal*, 4(4), 7628-7635.
- Syahputra, P. F., Putri, D. A., Rosyada, F. A., Aprianti, R., Lazuarni, S., & Nurkholis, M. (2023). SEBAGAI OBJEK DAN DAYA TARIK WISATA SUNGAI DUREN. 6, 4630-4635.
- Yuan, W., Dong, Z., Xue, J., Luo, L., & Xue, Y. (2023). Which visual elements on packaging affect perceived credibility? A case study of in vitro diagnostic kits. *Heliyon*, 9(6), e17239. <https://doi.org/10.1016/J.HELIYON.2023.E17239>

**Format Sitasi:** Lazuarni, S., Roswaty, Syafitri, L., Ramadhanty, D.N. & Barika, Z. (2024). Pelatihan Desain Packaging Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Tarik Dan Branding UMKM Lokal. *Reswara. J. Pengabdian Kpd. Masy.* 5(1): 375-382. DOI: <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v5i1.4125>



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)