

Pelatihan desain kemasan dan marketing berbasis digital melalui program “Techno Fish-Park” pada sirup buah mangrove dan teh herbal mangrove

Sumartini^{1,*}, Muhammad Nur Arkham², Aulia Azka³, Nirmala Efri Hasibuan⁴, Putri Wening Ratrinia⁵, Eko Novi Saputra⁶, Muh Suryono⁷, Basri⁸

^{1,3,4,5,6,7,8}Department Pengolahan Hasil Laut, Politeknik Kelautan dan Perikanan, Indonesia

²Department Perikanan Tangkap, Politeknik Kelautan dan Perikanan, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Juni 13, 2023

Accepted August 9, 2023

Published November 1, 2023

Kata Kunci:

Digital
Kemasan
Mangrove
Sirup
Technofisheries
Teh mangrove

ABSTRAK

Technofisheriespark adalah suatu kawasan terpadu (dirancang/direncanakan, dikembangkan & dikelola secara khusus) yang terdiri dari satu atau lebih pusat kegiatan IPTEKIN. Kegiatan Pengenalan dan Sosialisasi dilaksanakan dalam upaya yang dilakukan dengan cara mengembangkan masyarakat pesisir dan nelayan di kawasan Sungai Geniot, Sungai Sembilan berencana memberikan program penyuluhan dan pelatihan tentang potensi mangrove sebagai bahan baku pembuatan sirup mangrove dan teh herbal. Kegiatan ini dilakukan melalui metode perencanaan dan sosialisasi, pendampingan operasional dan implementasi teknologi. Pada awal pengamatan terlihat para pengusaha tertarik dengan program pendidikan ini. Para pengusaha tampak antusias hingga akhir kegiatan pelatihan. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan tingkat pendapatan wirausaha masyarakat Sungai Geniot, meningkatkan kreativitas dalam pengemasan dan pelabelan serta pemasaran digital produk, serta keterampilan wirausaha warga Desa Sungai Geniot Kecamatan Sungai Sembilan Kota Dumai.



Corresponding Author:

Sumartini,
Department Pengolahan Hasil Laut,
Politeknik Kelautan dan Perikanan Dumai,
Jl Wan Amir No 1, Pangkalan Sesai 28824, Indonesia.
Email: *tinny.sumardi@mail.com

1. PENDAHULUAN

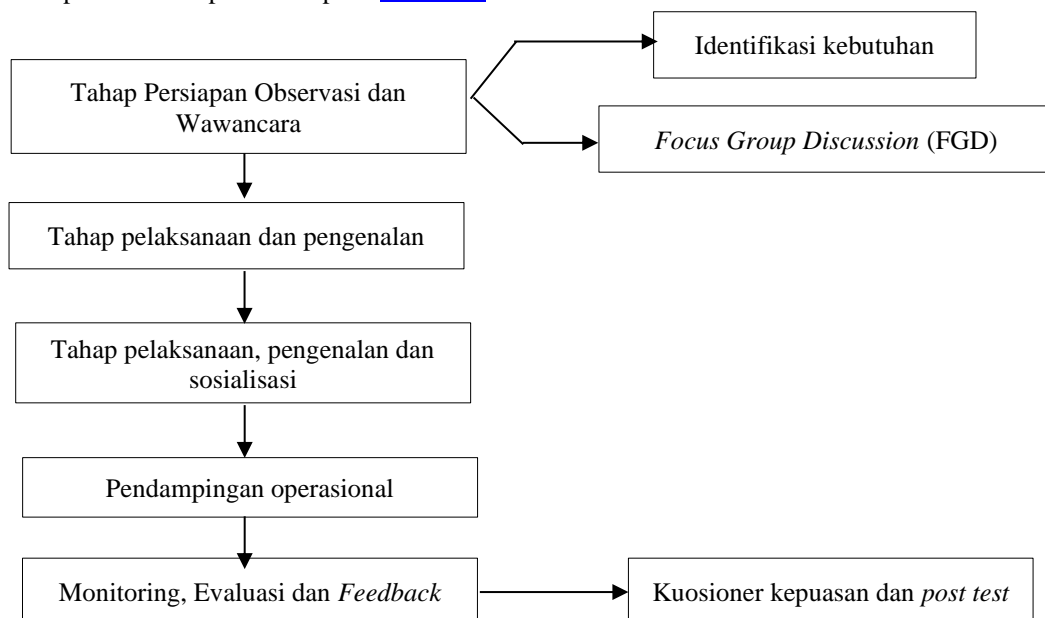
Salah satu program pendukung aktivitas perikanan, baik pembudidaya dan nelayan maupun masyarakat nelayan biasa disebut dengan *Technofisheriespark*, yang memfasilitasi produksi dan mengembangkan hubungan dengan organisasi pembudidayaan ikan, nelayan dan pengolah hasil laut. *Technofisheriespark* adalah suatu kawasan yang menyeluruh (direncanakan/dirancang khusus, dikembangkan dan dikelola) yang terdiri dari satu atau lebih pusat ilmu pengetahuan, teknologi dan inovasi (IPTEKIN), produksi/usaha dan pergerakan masyarakat pada kawasan tertentu (satu kawasan atau lebih) sebagai sistem pengembangan, seperti yang ditunjukkan oleh hubungan antara sistem spasial fungsional dan penemuan hierarkis. Sedangkan definisi Technopark adalah inisiatif/organisasi yang dikelola secara profesional yang berencana untuk "memperkuat kesejahteraan sosial" dengan mendorong inovasi budaya dan daya saing industri dan institusi berbasis pengetahuan. Techno park adalah cara yang tepat untuk melakukan aktivitas pekerja, seperti pengembangan ekonomi kreatif dan *startup*, bekerja, berbagi ide dan gagasan dengan mengoptimalkan berbagai arah potensi pengembangan teknologi [1].

Wilayah Sungai Geniot, Kecamatan Sungai Sembilan terletak di bagian Barat Kota Dumai dengan Ibu Kota Kecamatan Lubuk Gaung dengan luas wilayah $\pm 1.423.93 \text{ km}^2$ [2]. Sebagian besar wilayah Sungai Sembilan adalah sebuah daerah yang berbatasan langsung dengan pesisir pantai dimana memiliki potensi tanaman Mangrove yang cukup besar. Berdasarkan hal tersebut, banyak potensi olahan mangrove yang belum dimanfaatkan. Faktanya, seluruh bagian mangrove sangat bermanfaat bagi Seperti bagian ranting, daun, dan buah yang selama ini terbuang. Telah banyak peneliti yang memanfaatkan buah, daun dan ranting mangrove sebagai bahan pangan, obat, dan energi. Seperti buah mangrove sebagai bahan pembuatan obat diare [3], brownies [4][5], *effervescent* [6], dan biskuit [7]. Program *Technofisheriespark* ini merupakan sebuah edukasi bagi masyarakat mengenai bagaimana menghadapi usaha di era milenial dan digital, terutama bagaimana mekanisme digital marketing dan desain kemasan digital di era milenial.

Saat ini banyak UMKM yang dapat mengolah mangrove menjadi berbagai diversifikasi pangan olahan, khususnya dalam pembuatan sirup buah mangrove dan teh herbal mangrove. Namun kendala yang sering dihadapi adalah terkait pemasaran dan kemasan produk, kemasan sering kurang menarik, tidak memuat informasi yang lengkap, dan kesulitan mencari target pasar di era milenial yang banyak menggunakan teknologi digital. Selain itu, kemasan menjadi suatu kendala bagi UMKM. Kebanyakan pelaku usaha mikro memiliki kekurangan keterampilan dan pengetahuan terkait teknologi dan desain kemasan sehingga menghadapi masalah dalam menentukan strategi desain kemasan yang tepat dan sesuai dengan produknya [8]. Selain itu, strategi desain kemasan yang tepat dapat menjadi media yang dapat memberikan *self service* yaitu merepresentasikan karakteristik dari suatu produk untuk meyakinkan konsumen guna memengaruhi keputusan pembelian [9]. Oleh karena itu, tim pengabdian masyarakat dari Politeknik Kelautan dan Perikanan Dumai akan memberikan materi mengenai potensi olahan produk daun dan buah mangrove serta strategi pemasaran dan pengemasan pada aplikasi digital. Hal ini bertujuan untuk memberikan peluang usaha dengan mengadakan sosialisasi dan pelatihan desain kemasan dan digital marketing bagi istri-istri nelayan yang selama ini belum pernah memanfaatkan mangrove sebagai bahan olahan dan penjualan produk..

2. METODE

Metode yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah kegiatan pendampingan dan edukasi untuk memperkenalkan produk olahan mangrove yang dapat dimanfaatkan pelaku Kelompok Unit Bersama (KUB) di wilayah Sungai sembilan untuk memasarkan produk olahan mangrove berupa sirup dan teh herbal mangrove. Sesuai dengan permasalahan pemberdayaan UB di wilayah Sungai sembilan melalui sosialisasi pengolahan produk dan pemasaran. Adapun metode dan tahapan penerapan pengabdian kepada mitra dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan kegiatan pemberdayaan masyarakat

1. Tahap persiapan, observasi dan wawancara

Observasi hanyalah mengamati perilaku dan situasi serta memberikan informasi, sedangkan wawancara adalah komunikasi dan informasi langsung tentang pemikiran, pengamatan dan pengalaman subjek.

- a) Pilihan metode yang tepat tergantung pada kebutuhan kegiatan pengabdian masyarakat dan sifat data yang dikumpulkan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengetahui kondisi riil nelayan dan perempuan para istri nelayan Sungai Sembilan serta mengetahui kendala atau permasalahan yang dihadapi para mitra untuk meningkatkan potensi ekonomi masyarakat Sungai geniot.
- b) Identifikasi kebutuhan
Pada tahap ini, tim pengabdian masyarakat melakukan koordinasi mengkoordinir kebutuhan para mitra agar dapat menyelesaikan permasalahan yang mereka hadapi.
- c). *Focus Group Discussion* (FGD).
Setelah melaksanakan kedua tahapan (a) dan (b), tim pengabdian masyarakat beserta mitra mengidentifikasi beberapa masalah prioritas yang akan ditangani oleh adanya program ini.

2. Tahap Pelaksanaan, Pengenalan dan sosialisasi,

Proses sosialisasi yang berlangsung pada individu dalam masyarakat melalui empat tahap yaitu persiapan, meniru, siap bertindak, dan penerimaan norma kolektif. Tim bakti sosial Kelautan dan Perikanan Universitas Dumai memperkenalkan produk sirup mangrove dan teh herbal mangrove, pengolahan dan pemasarannya. Bantuan fungsional pada saat ini. Tim pengabdian masyarakat Politeknik Kelautan dan Perikanan Dumai menyelenggarakan beberapa pelatihan yang berkaitan dengan kegiatan operasional para mitra, seperti pelatihan pembuatan sirup dan pembuatan kemasan produk yang menarik.

3. Tahap Monitoring, Evaluasi dan *Feedback*

Monitoring dan Evaluasi (Monev) merupakan dua kegiatan yang tidak terpisahkan dalam setiap konteks monitoring program Meskipun merupakan satu kegiatan, monitoring dan evaluasi memiliki fokus yang berbeda-beda satu sama lain. Karena kegiatan ini menggunakan metode pelatihan (*workshop*), maka materinya adalah hanya sebagai pengayaan dengan penambahan informasi dasar yang mencakup aspek-aspek penting pemantauan dan evaluasi (MONEV) seperti pemahaman, tujuan, tindakan, manfaat proses produksi tujuan dari program yang diterapkan adalah untuk menemukan batasan program yang akan diterapkan di masa depan memberikan umpan balik untuk perbaikan pelaksanaan kegiatan yang akan datang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program ini disusun berdasarkan hasil identifikasi masalah di salah satu KUB di Sungai Sembilan yaitu Sungai Geniot. Beberapa pengamatan dilakukan untuk menjelaskan dengan jelas masalah yang dihadapi tim mitra, dan beberapa masalah ditemukan berdasarkan pengamatan tersebut, misalnya. tidak ada informasi baru mengenai produk olahan mangrove yang dikonsumsi. Program-program yang dilaksanakan berdasarkan uraian masalah tersebut antara lain :

1. Pengenalan berbagai spesies bakau dan potensi pakan. “Kegiatan demonstrasi tim pengabdian masyarakat Politeknik Kelautan dan Perikanan Dumai untuk nelayan dan istri nelayan di Sungai Geniot, Sungai Sembilan dilakukan dalam dua bagian pada tanggal 15 November 2022. Pelatihan dilakukan di KUB. Semua materi pelatihan ini adalah diberikan langsung oleh Tim pengabdian Masyarakat Politeknik Kelautan dan Perikanan Dumai. Dokumentasi kegiatan ini dapat dilihat pada [Gambar 2](#).



Gambar 2. Pemberdayaan Masyarakat melalui Program *Technofisheries Park*

2. Tim Pengabdian Masyarakat Politeknik Kelautan dan Perikanan Dumai melakukan kegiatan sosial untuk memperkenalkan berbagai jenis mangrove dan potensi pangannya. Kegiatan ini bertujuan untuk

memberikan gambaran kepada para pelaku usaha perikanan di Sungai Geniot tentang jenis-jenis mangrove yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan pangan olahan. Dalam pendahuluan ini, tim Politeknik Kelautan dan Perikanan Dumai juga memaparkan tentang manfaat dan peluang produksi dan pemasaran produk teh herbal mangrove dan sirup mangrove baik secara offline maupun online. Setelah mengenalkan potensi mangrove dan cara produksi sirup mangrove, serta teh herbal mangrove, kegiatan dilanjutkan dengan pengenalan model kemasan dan label kepada masyarakat nelayan di Sungai Geniot. Klasifikasi jenis daun mangrove dapat dilihat pada [Gambar 3](#).



Gambar 3. Klasifikasi jenis daun mangrove

3. Pelatihan *Repackaging*. Selain melakukan kegiatan sosialisasi mangrove, tim pengabdian masyarakat Politeknik Kelautan dan Perikanan Dumai juga menyelenggarakan pelatihan *repackaging*. Kemasan dapat dipahami sebagai benda dengan fungsi pelindung, yang menahan produk di dalamnya dan juga dapat meyakinkan pengguna dengan citra tertentu. Kemasan merupakan salah satu pilihan ketika suatu produk ingin ditonjolkan untuk menarik perhatian masyarakat, dengan elemen grafis yang diberikan oleh kemasan tersebut, terdapat daya tarik visual yang diperhatikan oleh pembeli [\[10\]](#). Salah satu komunikasi terpenting yang disampaikan melalui pengemasan adalah informasi tentang produk yang dikemas. Meskipun komunikasinya satu arah, penting agar konsumen dapat dengan mudah memahami produk apa yang ada di dalam kemasan [\[11\]](#). Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan kualitas kemasan pada masyarakat Sungai Geniot untuk meningkatkan nilai jual, tidak hanya media periklanan yang baik tetapi juga kemasan produk yang baik diperlukan untuk menarik minat konsumen. Pelatihan dilakukan dengan memperbaharui teknologi pembuatan label. Pelatihan ini tentang melakukan kegiatan desain label digital yang salah satunya menggunakan aplikasi Canva. Hasil desain label produk sirup buah mangrove dapat dilihat pada [Gambar 4](#).



Gambar 4. Hasil Desain Label Produk Sirup Buah Mangrove Menggunakan Teknologi

Alat yang dapat digunakan untuk menghasilkan kemasan yang menarik antara lain kemasan dan vakum. Pembicara juga berbicara tentang penggunaan alat dan pelatihan dari narasumber, semua mitra KUB memberikan respon positif terhadap kegiatan pengabdian masyarakat. Secara keseluruhan, produk KUB Sungai geniot Sungai Sembilan memiliki potensi untuk dikembangkan melalui pemasaran online dan perluasan kemasan yang menarik. Oleh karena itu, KUB Sungai geniot, pengembangan produk Sungai Sembilan memerlukan dukungan dan pembinaan lebih lanjut properti perkotaan agar memiliki ciri khas produk tersendiri.

Pembentukan sebuah platform penjualan bersama memudahkan produsen untuk menawarkan produk dan layanan mereka atau mengeksport produk mereka ke pasar *online* yang ada seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dll. Selain menjual informasi pemasaran melalui *marketplace online*, juga bisa dilakukan melalui

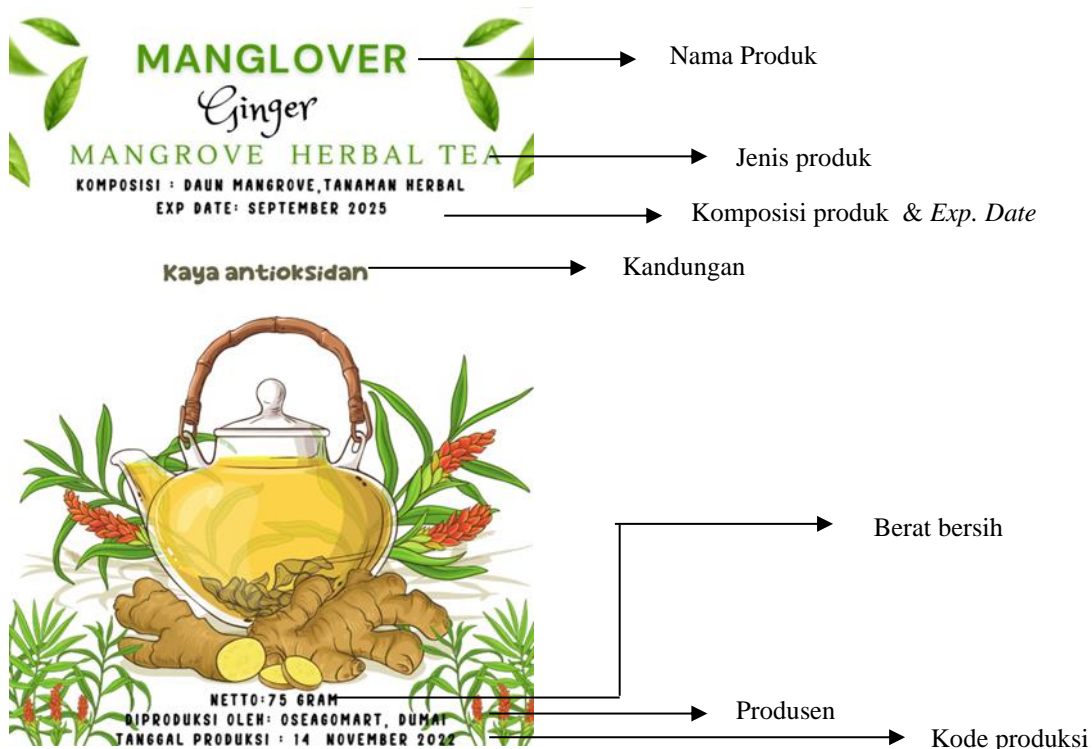
pesan teks (seperti WhatsApp) dan media sosial (seperti Instagram dan Facebook). Peran aktif pemuda Desa Wates harus ditingkatkan untuk mendukung produk KUB di Sungai genirot, Sungai Sembilan akan dikenal luas oleh masyarakat sering menawarkannya di media sosial. Sumber Daya Manusia (SDM) sangat perlu ditunjang oleh Teknologi Informasi yang modern saat ini yang diikuti sistem pendampingan berupa pelatihan IPTEK. hal itu dikarenakan IPTEK akan memberikan pengaruh dari sisi ekonomi dan nilai sosial yang tujuannya untuk menghasilkan produktivitas kemampuan SDM yang lebih progresif [12]. Saat ini pelaku UMKM belum banyak menggunakan pemasaran digital sebagai media memasarkan produk mereka. Persoalan ini dapat diatasi dengan melakukan banyak kegiatan berupa pengetahuan untuk memperkenalkan mengenai pentingnya penguasaan digital *marketing* bagi pelaku usaha. Sehingga dengan terbukanya peluang ini UMKM dapat memanfaatkan untuk mencari konsumen baru dan jangkauan pemasaran yang lebih luas [13]. Digital marketing merupakan suatu upaya memasarkan produk secara luas dengan menggunakan internet dan platform digital sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan [14]. *Social media* marketing telah terbukti cukup efektif dalam membantu strategi pemasaran sebuah bisnis bagi beberapa kalangan terutama yang bergerak dalam bidang wirausaha dalam mendukung promosi usahanya [15]. Salah satu *platform* penjualan pada *digital market* dapat dilihat pada [Gambar 5](#). Contoh desain produk pada *Technofishpark* dapat dilihat pada [Gambar 6](#). Sedangkan contoh desain label pada *Technofishpark* dapat dilihat pada [Gambar 7](#).



Gambar 5. Pembuatan *platform* penjualan pada *digital market*



Gambar 6. Contoh Desain Produk pada *Technofishpark*.



Gambar 7. Contoh Desain Label pada *Technofishpark*

Label *packaging* merupakan bagian dari *brand*:

1. Wajib menggunakan Bahasa Indonesia
2. Konten harus benar dan tidak menyesatkan
3. Tidak boleh ada kandungan obat (misalnya produk madu, makanan atau khasiat obat. Jika berupa makanan, tidak diklaim sebagai obat atau efek tertentu karena izin pemasukan BPOM).
4. Hasil tes tidak boleh memuat gambar, logo atau nama institusi.

Elemen label kemasan (label makanan):

1. Produk harus memiliki nama (1 kemasan, 1 label sesuai jenis makanan).
2. Sebutkan komposisi bahan alami atau kimia (sebagian besar dalam urutan komposisi banyak ke sedikit).
3. Sertakan berat bersih (padat) atau berat bersih (cair).
4. Cantumkan nama produsen dan kota/provinsi.
5. Tambahkan tanggal kedaluwarsa produk.
6. Tambahkan tanggal dan kode produksi.
7. Sertakan daftar nilai gizi.
8. Nomor pendaftaran.

Contoh Desain Label model *pouch* dan botol pada *Technofishpark* dapat dilihat pada [Gambar 8](#).

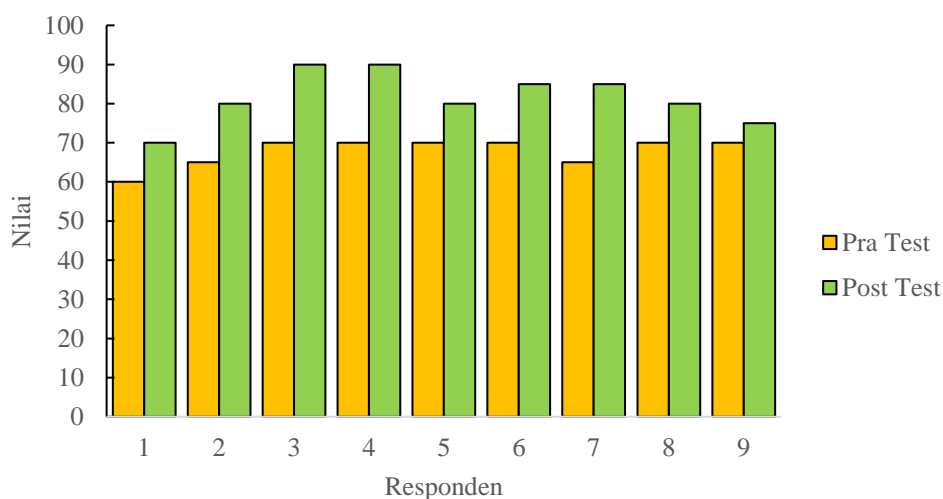


Gambar 8. Contoh Desain Label model *pouch* dan botol pada *Technofishpark*

Hasil repons kualitatif dari Responden setelah membuat kemasan secara mandiri dapat dilihat pada [Tabel 1](#). Sedangkan Hasil asesmen dan evaluasi pada kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilihat pada [Gambar 9](#).

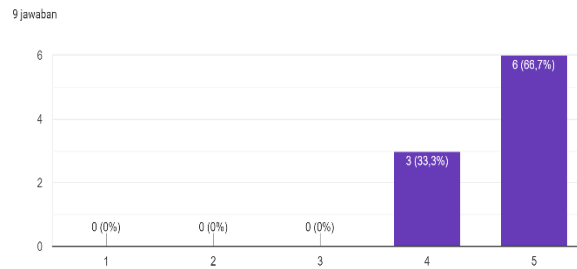
Tabel 1. Hasil repons kualitatif dari Responden setelah membuat kemasan secara mandiri.

No.	Atribut	Respon teknis dari responden
1	Layout dan design grafis kemasan	Desain grafis kemasan visual yang modern , model dan warnanya yang menarik, serta mudah dipahami dan diaplikasikan
2	Ukuran kemasan	Dimensi dan ukuran kemasan yang sesuai dengan kapasitas produk, terlihat simple dan praktis
3	Kapasitas dan daya tampung kemasan	Kapasitas lebih ekonomis (isi produk lebih sedikit) namun harga lebih terjangkau
4	Deskripsi Bentuk kemasan	Bentuk kemasan simple dan fleksibel dan mudah dibawa ke mana pun
5	Daya tahan dan Kekuatan kemasan	Bahan kemasan yang tebal, tidak mudah rusak, sobek dan tidak mudah rusak
6	Ketahanan kemasan	Bahan kemasan tahan tumpukan (berfungsi saat pengiriman jarak jauh)



Gambar 9. Hasil asesmen dan evaluasi pada kegiatan pengabdian masyarakat

Berdasarkan [Gambar 9](#) menunjukkan hasil evaluasi dari total 9 responden yang mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat setelah pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat dengan melakukan pelaksanaan *pra test* dan *post test*. Diagram batang menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pemahaman masyarakat setelah adanya pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Masyarakat memiliki kesempatan untuk mengaplikasikan berbagai ilmu yang dikembangkan di perguruan tinggi sehingga dapat bermanfaat bagi kehidupan masyarakat. Tujuan pengabdian kepada masyarakat pada hakekatnya adalah untuk memperkuat masyarakat menjadi masyarakat yang mandiri dan mandiri. Banyak ahli mengatakan bahwa ilmu pengetahuan penting hanya jika dapat membawa manfaat nyata bagi kehidupan manusia. Agar proses penerapan informasi ini dapat bermanfaat bagi kebutuhan hidup manusia (masyarakat), diperlukan informasi atau data tentang berbagai kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu penting dilakukan suatu “assessment” yang bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai kebutuhan masyarakat. Evaluasi tersebut terutama menggunakan pendekatan kualitatif melalui observasi langsung (kunjungan ke lokasi), wawancara mendalam dengan narasumber terutama masyarakat setempat, serta diskusi dan wawancara dengan kontak. Hasil asesmen dan evaluasi kepuasan pengguna pada kegiatan pengabdian masyarakat menggunakan skala likert dapat dilihat pada [Gambar 10](#). Dengan demikian, program pengabdian yang diusulkan benar-benar sesuai dengan masalah (kebutuhan) masyarakat. Setiap penilaian menjadi sangat penting karena bertujuan untuk menentukan ketercapaian pelajaran[7].



Gambar 10. Hasil asesmen dan evaluasi kepuasan pengguna pada kegiatan pengabdian masyarakat menggunakan skala likert

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari program kegiatan “Pelatihan Desain Kemasan Dan Marketing Berbasis Digital Melalui Program “*Techno Fish-Park*” pada Sirup Buah Mangrove & Teh Herbal Mangrove adalah sebagai berikut :

1. Pelatihan terkait pengenalan produk olahan mangrove berupa gambar produk dan pemasaran terkait produk dapat meningkatkan minat masyarakat desa setempat terhadap produk olahan mangrove menjadi peluang bisnis baru yang potensial.
2. *Brand recognition* dan pelatihan *digital marketing* akan menimbulkan pemahaman baru dan dampak positif yaitu produk yang dihasilkan masyarakat Sungai Geniot akan lebih dikenal di berbagai daerah. Pelengkap terkait pengabdian masyarakat ini di tingkat mitra adalah pertumbuhan keahlian dan pengetahuan masyarakat pesisir Sungai Geniot dalam pengetahuan pengemasan dan strategi pemasaran digital.
3. Kegiatan pengembangan masyarakat di pesisir sungai geniot dapat dirasakan dalam jangka panjang, realisasi dari kegiatan ini adalah tumbuhnya minat masyarakat pesisir sungai geniot terhadap penjualan produk teh herbal mangrove dan sirup mangrove.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Kurniawan, NF., Kadir, I.,& Rinnarsuri, “Diterbitkan oleh,” *Garis-Jurnal Mhs. Jur. Arsit.*, vol. 7, no. 1, 2022.
- [2] P. K. Dumai, “Sejarah singkat Sejarah singkat,” no. 29, pp. 1–10, 2020.
- [3] H. Purnobasuki, “Potensi Mangrove Sebagai Tanaman Obat (Short Communication),” *Biota J. Ilm. Ilmu-Ilmu Hayati*, no. 1998, 2019, doi: [10.24002/biota.v9i2.2901](https://doi.org/10.24002/biota.v9i2.2901).
- [4] S. Sumartini, K. S. Harahap, and A. Mujiyanti, “Brownies From Mangrove Fruit Flour: the Use of Variation of Flours As an Alternative To High Food Nutrition,” *Indones. Food Nutr. Prog.*, vol. 17, no. 1, p. 16, 2021, doi: [10.22146/ifnp.55188](https://doi.org/10.22146/ifnp.55188).
- [5] Sumartini, P. W. Ratrinia, and R. F. Hutabarat, “The effect of mangrove types and leave maturity on the mangrove leaves (*Sonneratia alba*) and (*Rhizophora mucronata*) tea powder,” *IOP Conf. Ser. Earth Environ. Sci.*, vol. 967, no. 1, 2022, doi: [10.1088/1755-1315/967/1/012018](https://doi.org/10.1088/1755-1315/967/1/012018).
- [6] Jariyah, E. K. B. Susiloningsih, and K. Nilasari, “Glycemic Index Biscuits Formulation of Pedada Flour (*Sonneratia caseolaris*) with Tubers Starch,” *J. Phys. Conf. Ser.*, vol. 953, no. 1, 2018, doi: [10.1088/1742-6596/953/1/012246](https://doi.org/10.1088/1742-6596/953/1/012246).
- [7] R. Y. Gloria, “Pentingnya Asesmen Alternatif dalam Meningkatkan Kemampuan Berpikir dan Membaca Ilmiah Siswa pada Pembelajaran Biologi,” *J. Sci. Educ.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–17, 2012.
- [8] Z. Zulkarnain, “Strategi Konsep Desain Kemasan Kopi Specialty untuk Industri Skala Mikro,” *J. Desain*, vol. 8, no. 1, pp. 17–26, 2020, doi: [10.30998/jd.v8i1.6491](https://doi.org/10.30998/jd.v8i1.6491).
- [9] N. S. Prameswari, M. Suharto, and E. Wulandari, “Strategi Branding melalui Inovasi Desain Kemasan bagi Home Industry Sabun Cair,” *Demandia*, vol. 3, no. 2, pp. 35–54, 2018, doi: [10.25124/demandia.v3i02.1547](https://doi.org/10.25124/demandia.v3i02.1547).
- [10] R. Istianah, “Desain Kemasan Produk ‘Mochi Gulung Kiwari’,” *Dasarrupa*, vol. 5, no. 1, pp. 10–13, 2022, doi: [10.52005/dasarrupa.v5i1.142](https://doi.org/10.52005/dasarrupa.v5i1.142).
- [11] A. Pinandita, “Tinjauan Desain Kemasan Boxset Musik Sebagai Strategi Penjualan Rilis Fisik Di Yogyakarta,” *AKSA J. DESAIN Komun. Vis.*, vol. 2, no. 2, pp. 297–310, 2019, doi: [10.37505/aksa.v2i2.22](https://doi.org/10.37505/aksa.v2i2.22).
- [12] S. Alhadar, R. Mahmud, L. Van Gobel, Y. Sahi, and R. Mahadi, “Optimalisasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Gula Semut Berbasis Digital Marketing,” *J. Mandala Pengabd. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 80–86, 2022, doi: [10.35311/jmpm.v3i2.74](https://doi.org/10.35311/jmpm.v3i2.74).
- [13] M. Stiadi, D. Herlinudinkhaji, Y. D. P. Ariyanti, and N. Erwanti, “Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi melalui Pelatihan Digital Marketing Bagi UMKM,” *BAKTI BANUA J. Pengabd. Kpd.*

- Masy., vol. 2, no. 1, pp. 8–11, 2021, doi: [10.35130/bbjm.v2i1.212](https://doi.org/10.35130/bbjm.v2i1.212).
- [14] H. Yulita, M. Christian, S. Wibowo, and F. Titis, “Penyuluhan digital marketing kepada pelaku usaha catering di Pasar Kemis dalam upaya peningkatan nilai jual,” *KACANEGARA J. Pengabd. pada Masy.*, vol. 6, no. 2, p. 223, 2023.
- [15] M. Astuti and R. Nurdin, “Pendampingan digital marketing untuk pengembangan desa wisata menggunakan media sosial,” *Kancanegara J. Pengabd. pada Masy.*, vol. 5, no. 1, pp. 59–66, 2022, doi: [10.28989/Kacanegara.v5i1.1041](https://doi.org/10.28989/Kacanegara.v5i1.1041).

