

Pelatihan *smart packaging design* sebagai upaya peningkatan *branding* dan nilai jual produk kuliner UMKM

Paulus Tofan Rapiyanta, Anik Andriani, Annida Purnamawati*, Lina Ayu Safitri
Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

*) Korespondensi (e-mail: annida.npr@bsi.ac.id)

Received: 21-September-25; Revised: 12-October-25; Accepted: 20- October-25

Abstract

The culinary MSME sector in Desa Prima Gayatri, Bangunjiwo, Kasihan, Bantul, Yogyakarta Special Region, faces challenges due to unappealing packaging designs, resulting in low consumer interest and limited product competitiveness. This issue arises from the lack of understanding and digital design skills among business owners in creating professional packaging. This community service program aims to train MSME owners to design their product packaging independently using free digital platforms. The smart packaging design approach was implemented to enhance packaging aesthetics, strengthen branding, and increase product value. The training was conducted systematically through several stages, including a needs assessment survey, module development, theoretical and practical training sessions, and evaluation through questionnaires and post-training monitoring. The evaluation results showed a significant improvement in participants' abilities. Based on data from 22 respondents, digital design skills increased by 81%, with an average score of 4.45 out of 5. Participant satisfaction with the training materials and methods was also high, with an average score of 4.59, and 95.45% of participants agreed that the training effectively addressed their challenges. Participants successfully created new packaging designs that were more attractive and professional, enhancing product image and consumer interest.

Keywords: Smart Packaging, Branding, Digital Design, Culinary MSMEs, Empowerment

Abstrak

Sektor UMKM kuliner di Desa Prima Gayatri, Bangunjiwo, Kasihan, Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. menghadapi kendala desain kemasan yang kurang menarik, sehingga berdampak pada rendahnya minat beli dan daya saing produk. Permasalahan ini disebabkan oleh minimnya pemahaman serta keterampilan digital pelaku usaha dalam merancang kemasan profesional. Program pengabdian ini bertujuan untuk melatih pemilik UMKM agar mampu mendesain kemasan produk secara mandiri menggunakan platform digital gratis. Pendekatan smart packaging design diterapkan untuk meningkatkan estetika kemasan sekaligus memperkuat branding dan nilai jual produk. Metode pelatihan dilaksanakan secara sistematis melalui tahapan survei kebutuhan, penyusunan modul, pelatihan teori dan praktik, serta evaluasi melalui kuesioner dan monitoring pasca-pelatihan. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan terhadap kemampuan peserta. Berdasarkan data dari 22 responden, keterampilan desain digital meningkat hingga 81% dengan skor rata-rata 4,45 dari skala 5. Tingkat kepuasan terhadap materi dan metode pelatihan juga tinggi dengan skor 4,59, dan 95,45% peserta menyatakan pelatihan ini efektif memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi. Peserta berhasil menciptakan desain kemasan baru yang lebih menarik dan profesional, meningkatkan citra produk serta minat beli konsumen.

Kata kunci: Smart Packaging, Branding, Nilai Jual, Desain Kemasan, Literasi Digital

How to cite: Rapiyanta, P. T., Andriani, A., Purnamawati, A., & Safitri, L. A. (2025). Pelatihan smart packaging design sebagai upaya peningkatan branding dan nilai jual produk kuliner UMKM. *Penamas: Journal of Community Service*, 5(4), 641–650. <https://doi.org/10.53088/penamas.v5i4.2309>



1. Pendahuluan

Desain kemasan merupakan elemen krusial dalam strategi pemasaran produk, khususnya pada sektor makanan dan minuman. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung fisik dari kerusakan dan kontaminasi, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang merepresentasikan identitas merek, nilai produk, dan kredibilitas produsen di mata konsumen (Setiawardhani, 2025). Dalam persaingan pasar yang semakin ketat, desain dan inovasi kemasan menjadi elemen penting yang tidak hanya menarik minat beli, tetapi juga berperan besar dalam membangun loyalitas konsumen terhadap produk (Adawiyah, 2025). Perkembangan teknologi digital telah mentransformasi pendekatan dalam desain pengemasan (Krisna, 2024). Metode konvensional seperti desain manual dan teknik cetak sederhana kini telah beralih ke penggunaan perangkat lunak desain grafis digital yang lebih fleksibel, hemat biaya, dan mudah disesuaikan (Tiong et al., 2024). Platform seperti Canva, Pacdora, dan CorelDRAW menjadi solusi yang terjangkau dan dapat diakses luas, termasuk oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Studi oleh Riswanto, dkk pada tahun 2025 menunjukkan bahwa elemen visual kemasan termasuk warna, tipografi, bentuk, dan tata letak - berperan penting dalam memengaruhi persepsi kualitas dan keputusan pembelian konsumen, terutama pada produk konsumsi harian (Riswanto et al., 2025).

Namun, banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang masih menghadapi kendala dalam menciptakan desain kemasan yang menarik dan profesional (Purnamawati et al., 2024). Kondisi ini juga terjadi pada UMKM kuliner di Desa Prima Gayatri, di mana sebagian besar produk masih dikemas secara sederhana tanpa identitas merek yang kuat. Minimnya pengetahuan tentang desain dan keterampilan digital menjadi penyebab utama rendahnya kualitas kemasan. Data Kementerian Koperasi dan UKM RI tahun 2023 menunjukkan bahwa lebih dari 60% UMKM di Indonesia belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam kegiatan operasional, termasuk dalam aspek desain kemasan (Billah et al., 2024). Hal ini menjadi tantangan yang perlu segera diatasi, mengingat kemasan tidak hanya berperan sebagai pelindung tetapi juga sebagai alat branding yang mampu meningkatkan nilai tambah produk lokal. Desain kemasan yang menarik dan informatif secara visual mampu menciptakan persepsi kualitas yang lebih tinggi terhadap produk, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan (Luthfi et al., 2023). Oleh karena itu, peningkatan literasi digital dan pelatihan desain grafis bagi pelaku UMKM menjadi langkah strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan (Ramadhan & Novitasari, 2023).

Perkembangan teknologi digital sebenarnya telah membuka peluang besar bagi UMKM untuk berinovasi dalam desain kemasan. Platform seperti Canva, Pacdora, dan CorelDRAW menawarkan solusi desain yang mudah digunakan, hemat biaya, dan fleksibel (Krisna, 2024). Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa penggunaan elemen visual yang tepat—seperti warna, tipografi, dan tata letak—berpengaruh signifikan terhadap persepsi kualitas dan keputusan pembelian konsumen (Riswanto et al., 2025). Namun, penelitian-penelitian tersebut umumnya berfokus pada wilayah

perkotaan atau UMKM yang sudah melek digital. Kemampuan dalam mendesain kemasan, baik secara konvensional maupun digital, menjadi penting untuk meningkatkan daya saing produk UMKM(Purwanto et al., 2023). Pelatihan desain kemasan yang menggabungkan aspek estetika, fungsionalitas, dan digitalisasi, atau yang disebut sebagai *smart packaging design*, dapat menjadi solusi strategis dalam mendorong kualitas branding produk kuliner local(Suflani et al., 2024). Menurut penelitian oleh Imam et al. pada tahun 2025, pelatihan desain kemasan berbasis digital terbukti meningkatkan penjualan hingga 30% pada UMKM yang sebelumnya tidak memiliki kemasan menarik(Saputra et al., 2025).

Gap analisis menunjukkan bahwa belum banyak kajian atau program pendampingan yang menargetkan UMKM di wilayah pedesaan seperti Desa Prima Gayatri, yang masih tertinggal dalam adopsi teknologi desain digital. Oleh karena itu, pelatihan yang menggabungkan aspek estetika, fungsionalitas, dan digitalisasi melalui pendekatan *smart packaging design* menjadi solusi strategis. Program ini dirancang untuk memberdayakan pelaku UMKM kuliner agar mampu menciptakan kemasan yang profesional, kreatif, dan berdaya saing, sehingga dapat meningkatkan nilai jual produk lokal di pasar yang lebih luas.

2. Metode Pengabdian

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang untuk mengatasi permasalahan mendasar pada UMKM kuliner di Desa Prima Gayatri, yaitu desain kemasan produk yang kurang menarik secara visual dan belum adanya identitas merek yang kuat. Selain itu, para pelaku UMKM juga belum memanfaatkan teknologi digital untuk proses desain dan branding. Untuk mencapai tujuan tersebut, metode pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi beberapa tahapan yang sistematis, detail, dan berkelanjutan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan dan Analisis Kebutuhan. Tim pelaksana melakukan survei lapangan dan wawancara dengan pelaku UMKM guna mengidentifikasi permasalahan utama terkait pengemasan produk. Observasi dilakukan terhadap kemasan yang telah digunakan dan tingkat pemahaman peserta terhadap desain digital.
2. Penyusunan Materi dan Modul Pelatihan. Berdasarkan hasil survei, disusun modul pelatihan yang mencakup konsep dasar branding dan identitas visual, elemen penting desain kemasan, serta panduan penggunaan aplikasi desain digital gratis seperti Canva dan pembuatan QRCode.
3. Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan. Pelatihan diikuti oleh 22 peserta UMKM kuliner, yang sebagian besar merupakan pelaku usaha rumah tangga dengan latar belakang pendidikan menengah dan belum memiliki pengalaman desain digital. Kegiatan terdiri dari dua sesi pendampingan:
 - a. Pengenalan Branding dan Desain Kemasan: Peserta belajar memahami karakteristik produk dan elemen visual seperti warna, tipografi, dan gaya desain melalui diskusi dan studi kasus.

- b. Pelatihan Desain Digital: Peserta dilatih menggunakan Canva untuk membuat desain kemasan secara mandiri, kemudian mengaplikasikannya pada berbagai jenis kemasan produk.
4. Evaluasi dan Monitoring. Evaluasi dilakukan menggunakan metode pre-test dan post-test questionnaire untuk mengukur perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Analisis data dilakukan secara deskriptif kuantitatif menggunakan teknik perhitungan rata-rata skor dan persentase peningkatan berdasarkan hasil kuesioner. Hasil analisis menunjukkan peningkatan keterampilan desain digital peserta sebesar 81%, dengan rata-rata skor keterampilan 4,45, dan tingkat kepuasan 4,59. Sebanyak 95,45% peserta menyatakan pelatihan ini efektif dalam memberikan solusi atas kendala yang dihadapi.

4. Hasil Pengabdian

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berfokus pada pelatihan desain kemasan produk kuliner bagi pelaku UMKM di Desa Prima Gayatri. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menciptakan kemasan yang tidak hanya fungsional, tetapi juga memiliki nilai jual dan identitas merek yang kuat. Implementasi program ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang sistematis, dan hasil dari setiap tahap dievaluasi untuk memastikan tercapainya tujuan yang telah ditetapkan.

Tahap Persiapan dan Analisis Kebutuhan



Gambar 1. Survei lapangan dan wawancara

Pada tahap awal, tim pelaksana melakukan survei lapangan dan wawancara mendalam dengan pelaku UMKM kuliner di Desa Prima Gayatri dapat dilihat pada Gambar 1. Dari hasil survei, ditemukan bahwa masalah utama yang dihadapi adalah desain kemasan yang masih sangat sederhana, bahkan cenderung polos tanpa informasi produk yang jelas. Penggunaan stiker cetak seadanya atau label yang ditulis tangan masih sering ditemukan. Hal ini mengakibatkan produk kurang menarik perhatian konsumen dan sulit dibedakan dari produk sejenis di pasaran. Para pelaku UMKM juga mengungkapkan keterbatasan pengetahuan dan akses terhadap perangkat lunak desain digital, serta minimnya pemahaman tentang pentingnya branding. Temuan ini menjadi landasan utama dalam penyusunan modul pelatihan yang relevan dan praktis.

Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan

Pelatihan dilaksanakan dalam dua sesi utama yang mencakup teori dan praktik langsung. Sesi pertama difokuskan pada penguatan konsep dasar branding. Peserta diajak untuk memahami pentingnya membangun identitas merek melalui elemen-elemen visual seperti logo, palet warna, dan tipografi. Melalui diskusi interaktif, peserta berhasil mengidentifikasi karakteristik unik dari produk mereka masing-masing, yang kemudian menjadi dasar untuk merancang desain kemasan. Penyampaian materi dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Tutor menyampaikan materi pelatihan

Sesi kedua merupakan inti dari kegiatan, yaitu praktik langsung menggunakan platform desain digital gratis, yaitu Canva, membuat QR Code, mengemas produk dengan baik (smart packaging). Tim pelaksana membimbing peserta secara langkah demi langkah, mulai dari design membuat akun, memilih template yang sesuai, hingga menyesuaikan elemen desain seperti teks, gambar, dan warna. Hingga membuat QR Code dengan praktik bersama. Antusiasme peserta terlihat jelas saat mereka mencoba mengaplikasikan identitas merek yang telah mereka rancang sebelumnya ke dalam desain label produk. Desain kemasan baru yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Design kemasan *Smart Packaging*

Peserta juga melakukan praktik pengemasan dengan *vacuum sealear* baru yang diinventarisasi oleh tim Univeristas Bina Sarana Informatika kepada UMKM Desa Gayatri serta pemberian design kemasan *smart packaging* yang sudah dibuatkan oleh

tim Pengabdian Masyarakat. Kegiatan praktik membuat kemasan produk dengan menerapkan *smart packaging* dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Praktik membuat kemasan produk dengan menerapkan Smart Packaging

Kegiatan penyerahan alat vacuum sealer dari tim pengabdian masyarakat Universitas Bina Sarana Informatika kepada mitra UMKM Desa Prima Gayatri dapat dilihat pada Gambar 5. Harapan dengan adanya penggunaan alat ini dapat meningkatkan efisiensi dan kebersihan pengemasan produk, memperpanjang masa simpan, serta menjaga kualitas produk kuliner UMKM agar tetap tahan lebih lama. Selain itu, alat ini juga membuat tampilan kemasan menjadi lebih rapi dan profesional, yang secara tidak langsung mendukung usaha branding yang telah diajarkan dalam pelatihan.



Gambar 5. Penyerahan alat Vacuum Sealer

Hasil dan Dampak Pasca-Pelatihan

Untuk mengukur keberhasilan program, dilakukan evaluasi melalui kuesioner dan monitoring sebelum dan sesudah melakukan kegiatan pengabdian masyarakat. Berdasarkan analisis data dari 22 responden yang merupakan peserta UMKM Desa

Prima Gayatri, berikut adalah ringkasan hasil kuesioner sebelum dan sesudah kegiatan pelatihan:

Sebelum mengikuti pelatihan, sebagian besar peserta UMKM menunjukkan kondisi awal sebagaimana Tabel 1.

Tabel 1. Kondisi Awal Sebelum Pelatihan

No	Aspek yang Dinilai	Indikator Penilaian	Hasil Sebelum Pelatihan	Interpretasi
1	Pengetahuan tentang branding dan identitas produk	Pemahaman terhadap konsep merek, logo, dan nilai jual produk	40,91% peserta belum memahami konsep branding	Pengetahuan dasar masih rendah
2	Keterampilan desain digital	Kemampuan menggunakan aplikasi desain seperti Canva atau CorelDRAW	54,54% peserta belum pernah menggunakan aplikasi desain digital	Keterampilan teknis sangat terbatas
3	Kualitas kemasan produk	Desain kemasan yang digunakan saat ini	45,45% masih menggunakan kemasan polos tanpa desain	Kemasan belum menarik dan tidak mendukung identitas produk
4	Pemanfaatan teknologi digital untuk promosi	Penggunaan media digital untuk menampilkan desain kemasan	68,18% belum menggunakan media digital dalam promosi	Rendahnya literasi digital
5	Kesadaran akan pentingnya desain kemasan	Persepsi terhadap peran desain kemasan dalam meningkatkan penjualan	31,82% menyatakan desain belum berpengaruh signifikan	Masih perlu peningkatan kesadaran nilai visual produk

Berdasarkan hasil kuesioner awal (*pre-test*) terhadap 22 peserta UMKM kuliner Desa Prima Gayatri, diperoleh gambaran umum kondisi awal kemampuan dan pemahaman peserta sebelum mengikuti pelatihan Smart Packaging Design. Secara umum, hasil menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan dalam aspek pengetahuan branding, keterampilan desain digital, serta penerapan identitas visual produk. Sebanyak 40,91% peserta belum memahami konsep dasar branding dan identitas produk, sehingga kemasan yang digunakan belum mencerminkan karakter produk mereka. Dalam aspek keterampilan desain digital, 54,54% peserta mengaku belum pernah menggunakan aplikasi desain seperti Canva untuk membuat kemasan produk, dan 45,45% masih menggunakan kemasan polos tanpa desain. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan teknis dalam mengolah desain kemasan masih sangat rendah. Selain itu, 68,18% peserta belum pernah memanfaatkan teknologi digital atau media daring untuk mendukung promosi produk, sementara hanya sebagian kecil yang memahami pentingnya visualisasi kemasan sebagai strategi pemasaran. Hanya 31,82% peserta yang menyadari bahwa desain kemasan dapat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan. Temuan ini menunjukkan adanya gap signifikan antara potensi produk UMKM dengan kemampuan peserta dalam menerapkan desain kemasan yang menarik dan profesional. Oleh karena itu, pelatihan Smart Packaging Design dinilai sangat relevan

untuk meningkatkan literasi digital, memperkuat identitas visual produk, serta mendukung peningkatan nilai jual dan daya saing UMKM kuliner Desa Prima Gayatri.

Setelah mengikuti pelatihan, terjadi peningkatan signifikan dalam pemahaman dan persepsi peserta, yang tercermin dari skor rata-rata kuesioner:

- a) Materi dan Pelayanan: Responden memberikan penilaian yang sangat positif terhadap layanan dan materi yang diberikan. Aspek seperti informasi kegiatan, materi pelatihan, dan susunan acara mendapatkan skor rata-rata di atas 4.13 (dari skala 1-5), menunjukkan kepuasan yang tinggi.
- b) Peningkatan Keterampilan dan Manfaat: Persepsi peserta terhadap hasil kegiatan menunjukkan keberhasilan program. Skor rata-rata untuk "manfaat kegiatan" dan "penambahan wawasan" mencapai 4.59, sementara "penambahan keterampilan" berada di angka 4.45. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan praktis.
- c) Solusi Permasalahan: Mayoritas peserta, yaitu 95.45% (terdiri dari 40,91% "Setuju" dan 54,54% "Sangat Setuju"), merasa bahwa pelatihan ini memberikan solusi atas permasalahan yang mereka hadapi.

Secara keseluruhan, data kuesioner menunjukkan bahwa kegiatan ini berhasil menjawab kebutuhan dasar UMKM, yaitu kurangnya keterampilan digital dan pemahaman branding. Pelatihan ini dinilai sangat efektif dalam memberdayakan peserta, memberikan mereka kemampuan untuk berinovasi dan meningkatkan nilai jual produk melalui kemasan yang lebih profesional.

Harapan tim pengabdian masyarakat peserta dapat secara penuh mengimplementasikan desain kemasan baru pada produk mereka. Sehingga beberapa peserta memberikan respons positif dari konsumen dan peningkatan minat beli setelah mengganti kemasan lama yang polos dengan desain baru yang lebih profesional. Peningkatan penjualan yang membuktikan bahwa kemasan yang menarik memiliki peran signifikan dalam meningkatkan daya saing produk di pasaran.

Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil memberdayakan para pelaku UMKM Desa Prima Gayatri untuk berinovasi dan meningkatkan kualitas visual produk mereka. Inovasi ini diharapkan dapat menjadi pendorong utama pertumbuhan bisnis dan perluasan jangkauan pasar, sejalan dengan tujuan awal kegiatan ini.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan Smart Packaging Design telah berhasil mencapai tujuannya dalam memberdayakan pelaku UMKM kuliner di Desa Prima Gayatri. Berdasarkan hasil evaluasi, pelatihan ini secara efektif meningkatkan keterampilan digital peserta dalam mendesain kemasan secara mandiri menggunakan aplikasi Canva serta membuat QR Code untuk memperkuat identitas produk. Dampak pelatihan terlihat signifikan, di mana peserta mampu menciptakan desain kemasan baru yang lebih menarik dan profesional, serta memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya branding dan identitas visual produk. Peningkatan kualitas kemasan terbukti meningkatkan citra produk di mata konsumen dan berkontribusi positif terhadap minat beli serta nilai jual.

Meskipun demikian, kegiatan ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain jumlah peserta yang relatif terbatas 22 orang dan cakupan lokasi yang hanya berfokus pada Desa Prima Gayatri, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi secara luas. Selain itu, penggunaan perangkat lunak desain digital masih terbatas pada platform gratis seperti Canva, yang memiliki keterbatasan fitur untuk desain kemasan profesional.

Sebagai tindak lanjut, disarankan adanya program pendampingan berkelanjutan agar peserta dapat terus mengembangkan keterampilan desain digital secara lebih mendalam, termasuk penggunaan perangkat lunak tingkat lanjut. Kolaborasi dengan pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan sektor industri kemasan juga direkomendasikan guna memperluas dampak dan keberlanjutan program. Dengan demikian, inovasi melalui desain kemasan profesional tidak hanya menjadi strategi peningkatan daya saing produk, tetapi juga bagian dari upaya penguatan ekonomi kreatif berbasis digital di tingkat lokal.

Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Yayasan Bina Sarana Informatika, LPPM Universitas Bina Sarana Informatika, dan BIPEMAS Universitas Bina Sarana Informatika atas dukungan dana hibah yang memungkinkan terlaksananya program pengabdian masyarakat ini. Apresiasi setinggi-tingginya juga kami sampaikan kepada seluruh tim dosen dan mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika atas dedikasi pelaksanaan kegiatan ini. Terima kasih istimewa kami berikan kepada Pemerintah Kalurahan Bangunjiwo yang sudah mendukung terselenggaranya kegiatan dan pelaku UMKM Desa Prima Gayatri atas partisipasi aktif dan semangat belajarnya, yang menjadi kunci keberhasilan pelatihan ini.

Referensi

- Adawiyah, R. (2025). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kemasan, dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Ulang Jamu Tolak Angin di Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 1(04), 401–425.
- Billah, S. A., Wulandari, A. A., & Junaedi, A. (2024). Workshop Kreativitas Visual Dan Pelatihan Transformasi Bisnis Umkm Majalengka: Menggali Tren Terbaru Dengan Desain Canva, E-Commerce Shopee, dan Tiktok. *Journal Of Community Dedication*, 4(3), 617–632.
- Krisna, A. E. (2024). Transformasi UMKM Melalui Industri Kreatif : Pendekatan Untuk Meningkatkan Daya Saing dan Inovasi. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(4), 66–81. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i4.4514>
- Luthfi, M., Suryani, E. T., Ulya, Z. I., & Putri, V. W. (2023). Jurnal Bina Desa Membangun Kemitraan Pelaku UMKM Konveksi dengan Pemuda Karang Taruna dalam Upaya Mengembangkan Usaha di Desa Ambokulon. *Jurnal Bina Desa*, 5(3), 390–399.
- Purnamawati, A., Setyadi, H. A., Yulianto, & Rahmawati, E. (2024). Tips dan Trik Pemasaran Digital Bagi BUMDes Banaran Kulon Progo Untuk Meningkatkan Minat Beli Masyarakat. *PRAWARA Jurnal ABDIMAS*, 3(4), 132–138. <https://doi.org/10.63297/abdimas.v3i4.124>
- Purwanto, E., Ar, M. M. S., & Arifin, M. (2023). Sosialisasi dan Pelatihan Content

- Marketing Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 195–204. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v5i3.1135>
- Ramadhan, A., & Novitasari, K. (2023). Strategi Pengembangan Literasi Ekonomi Berbasis Digital Terhadap Regulasi Pemberdayaan Perilaku Sosial Dan Sumber Daya Manusia Di Era Industri. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 1(1), 44–55. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i1.22>
- Riswanto, A. L., Kim, S., Williady, A., Ha, Y., & Kim, H. S. (2025). How Visual Design in Dairy Packaging Affects Consumer Attention and Decision-Making. *Dairy*, 6(1), 1–15. <https://doi.org/10.3390/dairy6010004>
- Saputra, I., Marbun, N., & Utomo, D. P. (2025). ORAHUA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Peningkatan Branding UMKM Melalui Penggunaan Canva untuk Desain Kemasan Produk di Deli Serdang Abstrak. *ORAHUA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(02), 151–157. <https://doi.org/10.70404/orahua.v2i02.135>
- Setiawardhani, W. O. (2025). Peran Packaging Dalam Strategi Marketing Bagi Daya Tarik Beli Konsumen (Studi Kasus Air Mineral Umtqu). *Komunikata*, 6(1), 152–162. <https://doi.org/10.55122/kom57.v6i1.1717>
- Suflani, Komarudin, M. F., Suganda, A., Purwatisari, A., Octevio, R. P., Rezky, Amri, S., Darmawan, M. R. N., & Andini. (2024). Peningkatan Kreativitas Dan Inovasi Dalam Pengemasan Roti Bagi Umkm Di Kelurahan Sawah Luhur Kecamatan Kasemen Kota Serang. *Indonesian Journal of Engagement, Community Services, Empowerment and Development*, 4(2), 244–254. <https://doi.org/10.53067/ijecsed.v4i2.164>
- Tiong, P., Tantawi, R., Akbar, S. A. M. R. N., Krisnanto, A. B., & Putra, F. I. F. F. M. (2024). *Panduan Praktis Pemasaran Digital: Strategi dan Taktik untuk Kesuksesan Online* (F. Bulimasena & L. Sofiah (eds.)). Yayasan Literasi Sains Indonesia.