

Meningkatkan daya saing Lontong : Pelatihan dan desain kemasan produk yang inovatif dan menarik

Enggal Cahyo Utomo, Fifi Malinda Putri, Muhammad Rizal Adiantono, Ulfia Nurubay, Wulan Setya Putri, Yudha Trishananto

Universitas Islam Negeri Salatiga, Kota Salatiga, Indonesia
) Korespondensi (e-mail: enggalcahyoutomo@gmail.com)

Abstract

Lontong is a traditional food that is popular in Indonesian society. However, Lontong is still less competitive than fast food. This community service aims to increase Lontong's competitiveness through training and innovative and attractive packaging design. The method used is training. The results of the community service show that training is necessary to standardize the quality and taste of Lontong. In addition, innovation in flavor variants and attractive and practical packaging designs will also increase Lontong's competitiveness. The training was conducted for 10 Lontong MSME actors in Pete Hamlet, Sukoharjo Village. The training materials include basic knowledge of design and assistance in practicing making packaging designs using applications. This activity increased participants' knowledge of utilizing simple digital applications to design more innovative packaging. It was concluded that training and creative packaging design can increase the competitiveness of traditional Lontong.

Keywords: Lontong pete's, Competitiveness, Training, Packaging design

Abstrak

Lontong merupakan makanan tradisional yang populer di masyarakat Indonesia. Namun demikian, Lontong masih kalah bersaing dengan makanan cepat saji. Tujuan dari pengabdian ini yaitu peningkatan daya saing Lontong melalui pelatihan dan desain kemasan yang inovatif serta menarik. Metode yang digunakan adalah pelatihan. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pelatihan sangat diperlukan untuk menstandarisasi kualitas dan citarasa Lontong. Selain itu, inovasi varian rasa dan desain kemasan yang menarik dan praktis juga akan meningkatkan daya saing Lontong. Pelatihan dilakukan kepada 10 orang pelaku UMKM Lontong di Dusun Pete, Desa Sukoharjo. Materi pelatihan mencakup pengetahuan dasar desain dan pendampingan praktik membuat desain kemasan menggunakan aplikasi. Kegiatan ini menghasilkan peningkatan pengetahuan peserta dalam memanfaatkan aplikasi digital sederhana untuk mendesain kemasan yang lebih inovatif. Disimpulkan bahwa pelatihan dan desain kemasan kreatif dapat meningkatkan daya saing Lontong tradisional.

Kata kunci : Lontong pete, Daya saing, Pelatihan, Desain kemasan

How to cite: Utomo, E. C., Putri, F. M., Adiantono, M. R., Nurubay, U., Putri, W. S., & Trishananto, Y. (2024). Meningkatkan daya saing Lontong : Pelatihan dan desain kemasan produk yang inovatif dan menarik. *Tintamas: Jurnal Pengabdian Indonesia Emas*, 1(3), 195–202. <https://doi.org/10.53088/tintamas.v1i3.1038>

1. Pendahuluan

Lontong adalah makanan olahan tradisional yang populer di kalangan masyarakat Indonesia. Lontong merupakan produksi industri rumahan yang terbuat dari beras kemudian dibungkus menggunakan daun pisang atau plastik. Lontong banyak dikonsumsi dari semua kalangan tak terkecuali mulai dari anak-anak, remaja hingga orang tua dapat menikmati Lontong sebagai menu sarapan ataupun menu santapan pengganti nasi dengan rasa yang enak, mengenyangkan, murah dan bergizi. Termasuk



di Dusun Pete, Desa Sukoharjo ada beberapa pelaku UMKM yang membuka usaha pembuatan Lontong pete.

Terdapat lima rumah yang digunakan untuk produksi Lontong dan dengan memanfaatkan sumber daya masyarakat sekitar tempat produksi. Dinamakan Lontong pete karena Lontong yang dibuat khas dari masyarakat Dusun Pete itu sendiri. Usaha Lontong pete ini sudah ada sejak dahulu dan sampai sekarang ini Lontong pete masih dilestarikan dan menjadi salah satu UMKM usaha makanan yang terkenal di Dusun Pete. Lontong merupakan makanan favorit sampai saat ini banyak digandrungi oleh banyak orang sebagai pengganti nasi ataupun pelengkap olahan makanan lainnya seperti sate, Lontong sayur, pecel dan masih banyak lagi.

Peningkatan daya saing perlu memperhatikan kualitas dari produk tersebut. Kualitas makanan dapat diukur melalui karakteristik atau ciri khas makanan yang diterima dan disukai oleh banyak orang. Tidak hanya dari segi rasa dan bentuknya saja, karakteristik makanan juga meliputi ukuran, warna dan tekstur. Kualitas Lontong yang baik dilihat dari penggunaan bahan olahan dan cara mengolah bahan tersebut. Beras merupakan bahan yang masih menjadi primadona makanan pokok dan sebagai bahan utama pembuatan Lontong. Penggunaan beras yang digunakan untuk membuat Lontong juga harus diperhatikan, karena beda bahan olahan beda juga pangan yang dihasilkan. Beras organik mempunyai kualitas lebih baik dibandingkan dengan beras anorganik, hal ini dikarenakan beras organik ditanam dan dibudidayakan tanpa menggunakan pupuk kimia dan pestisida kimia, berbeda dengan beras anorganik yang menggunakan pestisida berbahaya. Oleh karena itu, beras organik menjadi pilihan yang tepat untuk dijadikan pangan olahan. Hasil pembuatan Lontong dari beras organik lebih disukai dari warna, tekstur atau keputihan, aroma dan rasa, serta daya tahan simpannya yang tahan lebih lama (Mamidah & Wuryani, 2018).

Tahan simpan sebuah makanan dapat dilihat dari pemilihan bahan pembungkus makanan yang aman dan tepat. Selain untuk melindungi dari kontaminasi bakteri atau kuman pemilihan bahan pembungkus yang tepat dapat memperpanjang usia penyimpanan pangan. Jenis bahan pembungkus makanan sangat beragam, bisa dari bahan alami atau bahan buatan. Untuk makanan tradisional seperti Lontong, bahan pembungkus makanan yang aman digunakan adalah bahan alami seperti daun. Pada zaman modern ini tidak sedikit juga yang menggunakan alternatif plastik sebagai pembungkus Lontong yang dianggap lebih praktis, tidak ribet dan bahan mudah ditemukan. Padahal untuk pemanfaatan bahan alami sendiri seperti daun sebagai pembungkus makanan memberikan dampak positif bagi lingkungan dan konsumen karena bahan yang digunakan tidak mengandung bahan kimia berbahaya atau beracun. Dibandingkan dengan kemasan plastik, penggunaan kemasan dengan daun pisang memberi cita rasa dan aroma lebih sedap, ramah lingkungan dan memiliki antioksidan yang bermanfaat untuk menjaga kesehatan jantung dan pencernaan. Pemanfaatan bahan pembungkus makanan melalui bahan alami seperti daun pisang merupakan salah satu bentuk pengetahuan tradisional yang perlu dilestarikan dan

dikembangkan agar pengetahuan tersebut tidak hilang begitu saja karena pengaruh dari gaya hidup dan perkembangan zaman (Sari et al., 2019).

Pengemasan produk makanan yang menarik merupakan salah satu bentuk strategi pemasaran untuk menjangkau lebih banyak sasaran konsumen. Menurut Agustina, dkk. (2021) kemasan adalah cara untuk mempromosikan produk agar menarik pelanggan untuk membelinya. Untuk meningkatkan daya saing produk, kemasan harus sesuai dengan fungsi tujuan produsen dimana kemasan merupakan bagian penting dari proses pemasaran produk yang dapat membantu membungkus dan mempercantik produk agar memiliki nilai jual yang tinggi. (Negoro & Jufriyanto, 2022). Strategi pemasaran dibutuhkan pengetahuan untuk membuat desain kemasan yang inovatif, kreatif dan menarik (Prasetyawati et al. 2022). Sayangnya di Dusun Pete para pelaku usaha Lontong pete belum memiliki pengetahuan untuk mendesain kemasan agar produk yang dijualnya memiliki nilai daya saing dan dapat dilirik oleh banyak konsumen.

Secara tekstur, rasa dan bentuk Lontong pete memang sudah memenuhi kriteria Lontong yang diinginkan oleh konsumen, namun dalam hal pemasaran pelaku usaha Lontong pete baru menjual ke pasar saja. Begitu pula dengan pengemasan, Lontong pete masih terlihat seperti Lontong biasa tanpa memunculkan ke khas an Lontong tersebut. Khas yang dimaksud adalah pelaku usaha Lontong pete disini belum menginovasikan kemasan atau pembungkus Lontong agar terlihat lebih menarik dan belum memiliki brand sendiri agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Sedangkan jika dilihat dengan perkembangan zaman sekarang, banyak alat atau media yang dapat membantu membangun usaha agar lebih berkembang dan dapat menjangkau lebih banyak konsumen. Untuk itu strategi yang dilakukan dalam hal ini yaitu dengan mengadakan pelatihan dan pendampingan desain kemasan dengan memberikan beberapa pengetahuan dasar tentang desain grafis kepada pelaku UMKM Lontong agar mereka mampu menginovasikan kemasan Lontong menjadi lebih kreatif dan inovatif dengan tujuan agar usaha Lontongnya semakin berkembang sehingga memiliki nilai jual yang tinggi serta dapat meningkatkan daya saing dipasaran (Wadud & Fitriani, 2021).

Dalam memasarkan sebuah produk, promosi merupakan salah satu cara terbaik untuk berkomunikasi dengan calon konsumen dan menarik perhatian banyak orang. Di zaman modern ini, banyak alat dan media yang dapat digunakan sebagai ajang promosi produk. Sudah seharusnya sebagai pelaku usaha mengetahui seberapa penting promosi pengenalan identitas produk melalui stiker brand atau logo pada kemasan produk agar menarik perhatian dan mudah diingat oleh konsumen. Dengan pemanfaatan teknologi digital yang semakin canggih, seakrang kita dapat mendesain dan menginovasikan produk UMKM menjadi lebih menarik dan meningkatkan daya saing di pasaran. Salah satu teknologi digital yang dapat digunakan yaitu aplikasi canva. Canva adalah aplikasi desain grafis yang populer dan mudah digunakan. Canva merupakan platform desain online yang menawarkan berbagai alat untuk membuat presentasi, resume, poster, brosur, booklet, grafik, inforafis, banner, dan

banyak lagi. Aplikasi ini dapat diunduh melalui *Appstore* atau dapat digunakan menggunakan *smartphone* dan komputer atau laptop.

Aplikasi Canva dapat membantu kalangan masyarakat khususnya pengusaha, terutama mereka yang ingin membuat desain kemasan produk secara mandiri. Fitur yang dimiliki sederhana dan mudah digunakan dalam membuat berbagai desain yang tidak memerlukan keahlian desain grafis khusus. Salah satu kelebihan fitur besar canva adalah terdapat ratusan template kemasan yang dirancang oleh desainer profesional yang dapat digunakan sebagai dasar untuk mendesain. Pengguna dapat menyesuaikan dengan identitas merek produk yang diinginkan dengan mengubah warna, mengubah foto, menambahkan teks, dan menambah komponen yang diinginkan, sehingga para pelaku UMKM dapat dengan mudah menentukan dan meningkatkan kreativitas promosi produk mereka (Zettira et al., 2022).

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada warga Dusun Pete yang memiliki UMKM di Bidang Makanan khususnya pada usaha Lontong. Peserta akan diberikan materi dan dilatih membuat tampilan produk dan desain kemasan yang menarik perhatian. Sehingga hasil yang diharapkan dari kegiatan ini adalah peserta akan lebih memahami tujuan dan cara membuat tampilan produk dan desain kemasan yang menarik. Hal ini akan memiliki dampak pada peningkatan penjualan usaha masing-masing.

2. Metode Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan analisis situasi yang dilakukan secara langsung di Dusun Pete untuk mengetahui permasalahan yang dimiliki oleh mitra usaha. Untuk mengetahui permasalahan yang ada, tim pelatihan melakukan wawancara kepada beberapa pelaku usaha pembuatan Lontong pete di Dusun Pete. Setelah permasalahan ditemukan, tim mulai menyusun materi untuk pelatihan, yaitu materi meliputi pengetahuan dasar desain dan pengenalan aplikasi Canva untuk mendesain kemasan. Selain pemaparan materi, tim juga menyiapkan pendampingan kepada peserta pelatihan untuk mencoba praktik secara langsung menggunakan aplikasi yang disarankan untuk mendesain (Trison et al., 2020). Kegiatan ini diikuti oleh pelaku usaha Lontong sebanyak 10 peserta dari UMKM Lontong Dusun Pete. Tidak hanya itu, tim juga menyiapkan tes awal dan tes akhir sebelum dan setelah pelatihan untuk mengetahui pemahaman peserta tentang fungsi desain kemasan dan nantinya dapat untuk mulai membuat desain kemasan menjadi inovatif dan lebih menarik untuk dipasarkan.

3. Hasil Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan dan pendampingan desain kemasan produk dilaksanakan di Balai Dukuh Pete, Desa Sukoharjo, pada tanggal 19 Februari 2024. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan maksud sebagai bentuk dukungan kepada pelaku UMKM khususnya UMKM Lontong pete untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mereka tentang cara mendesain kemasan produk agar lebih inovatif, menarik perhatian konsumen dan diharapkan setelah kegiatan ini berlangsung, para pelaku

UMKM dapat memahami seberapa pentingnya identitas produk mereka untuk meningkatkan daya saing di pasaran. Dengan mengadakan pelatihan ini diharapkan para pelaku usaha Lontong pete dapat berinovasi terhadap produknya. Lontong pete merupakan salah satu UMKM terkenal di Dusun Pete yang bergerak bidang makanan olahan khas dari masyarakat Dusun Pete. Terdapat lima rumah yang digunakan untuk produksi Lontong dengan memanfaatkan sumber daya masyarakat. Pemasaran biasanya dilakukan di pasar-pasar terdekat.

Kegiatan dimulai dengan pengisian pre-test atau tes awal selama sepuluh menit oleh peserta pelatihan. Kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui seberapa paham peserta tentang fungsi desain kemasan yang dapat digunakan untuk meningkatkan pemasaran. Setelah semua peserta telah mengisi *pre-test*, kegiatan dilanjutkan dengan pemberian materi mengenai desain kemasan dan pengenalan aplikasi desain agar para peserta memiliki gambaran dan dapat mempermudah pemahaman mereka tentang pemanfaatan aplikasi sederhana yang dapat menyulap kemasan produk menjadi lebih inovatif dan memiliki nilai jual yang tinggi.

Kemudian peserta diberikan penjelasan tentang peran dan fungsi desain kemasan makanan dalam pemasaran secara langsung. Respon peserta pelatihan disini sangat senang dan merasa terbantu. Ketika kami diberikan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan pelatihan ini, Dimana pelaku UMKM disini merasa terbantu dan memiliki pengetahuan baru untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasaran. Faktanya para pelaku UMKM disini khususnya UMKM Lontong pete sebelumnya masih banyak yang belum paham tentang cara memberikan identitas produk mereka, bagaimana cara membuat desain yang menarik dan mereka juga belum terlalu menguasai dan mengenal aplikasi untuk membuat desain logo. Karena logo produk sendiri juga penting sebagai identitas produk agar mudah diingat oleh konsumen. Selain itu, dalam bisnis olahan makanan, desain kemasan dapat menunjukkan keunggulan suatu produk. Tujuan lain dibuatnya desain kemasan antara lain sebagai sarana komunikasi antara produsen dan konsumen, sebagai simbol estetika, sebagai penegasan informasi dan penguatan identitas (Cenadi, 2000).

Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini berjalan selama kurang lebih 2 jam yang diikuti oleh 10 peserta pelaku UMKM Lontong Pete yang dimulai dengan penyampaian materi dasar tentang desain, mengenalkan aplikasi sederhana untuk mendesain dan dilanjut dengan praktek langsung untuk membuat desain stiker brand atau logo yang sesuai dengan produk olahan Lontong mereka yang kemudian akan ditempel pada kemasan Lontong. Sebelumnya, panitia menyebarkan tes awal untuk mengetahui tingkat pengetahuan atau pemahaman peserta pelatihan dan kemampuan awal peserta serta tingkat harapan peserta terhadap kegiatan pelatihan ini. Kemudian dilanjutkan dengan pemaparan materi dan praktek pendampingan langsung kepada peserta, di akhir acara panitia menyebarkan tes akhir untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta setelah kegiatan pelatihan ini berlangsung.

Pada kegiatan ini materi yang diberikan berupa pemberian pengetahuan peserta pelatihan mengenai pemanfaatan alat atau aplikasi digital sederhana seperti aplikasi

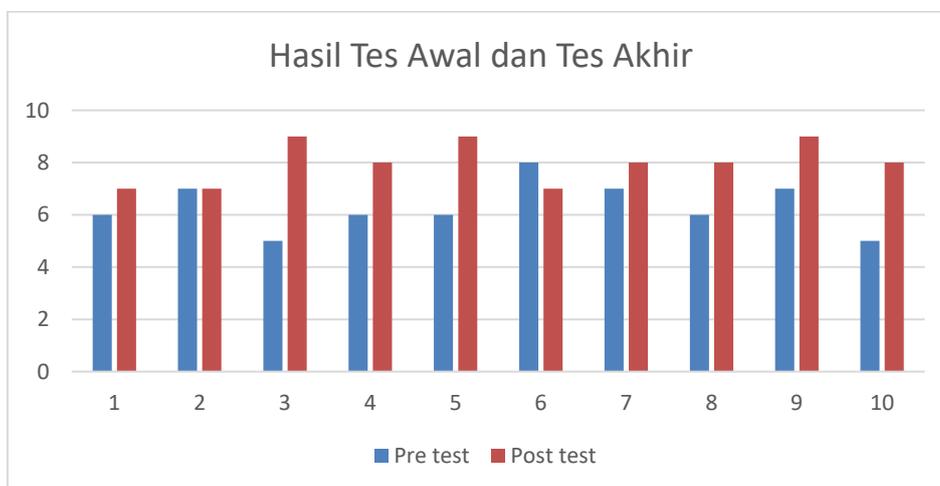
canva untuk membuat kemasan produk menjadi lebih menarik dan inovatif guna meningkatkan daya saing dipasaran. Setelah pemaparan materi, para peserta pelatihan diminta untuk praktek secara langsung membuat desain kemasan dengan didampingi oleh tim pelatihan. Tim pelatihan mendampingi dan turut serta memberikan arahan dalam membuat desain. Pada pelatihan membuat desain kemasan produk ini tim pelatihan menyarankan untuk menggunakan aplikasi sederhana yang dapat diakses oleh siapa saja yang ingin berkreasi melalui desain grafis. Aplikasi yang digunakan dalam membuat desain kemasan adalah aplikasi canva, dimana aplikasi ini sudah umum digunakan oleh banyak orang sehingga mudah dalam mengakses dan membuatnya.

Berikut contoh hasil desain kemasan produk yang diajarkan oleh tim pelatihan kepada para peserta pelatihan:



Gambar 1 Desain Stiker Kemasan Lontong Pete

Peserta tampak antusias untuk mencoba mendesain, mereka berharap kegiatan ini tidak hanya sekali dilaksanakan namun dapat berkelanjutan. Dari kegiatan pelatihan ini diperoleh hasil melalui respon peserta pelatihan berdasarkan kuesioner yang dibagikan di akhir kegiatan. Peserta pelatihan diminta untuk mengisi post-test atau tes akhir untuk mengetahui hasil pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan. Hasil respon tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan ini membantu peserta pelatihan untuk mengenal dan memahami aplikasi digital sederhana berupa aplikasi Canva yang dapat digunakan untuk mengembangkan desain kemasan Lontongnya. Peserta pelatihan juga memberikan tanggapan positif terhadap pelatihan ini. Pelatihan desain kemasan memberikan banyak manfaat dan tambahan ilmu bagi pelaku UMKM Lontong pete.



Gambar 2. Diagram Hasil Perbandingan

Di akhir acara, setiap peserta juga diminta untuk memberikan kritik dan saran terkait materi yang disampaikan. Hal ini bertujuan untuk sebagai bahan evaluasi dan menjadikan kegiatan pelatihan ini dapat berkelanjutan sehingga berguna untuk perkembangan UMKM di Dusun Pete. Hasil dari kegiatan pelatihan ini dapat disimpulkan berdasarkan hasil tes awal dan tes akhir yang telah dikerjakan oleh peserta pelatihan. Sebelum dimulainya kegiatan, banyak peserta yang belum mengetahui bagaimana pembuatan desain kemasan dan belum pernah membuat desain kemasan sebelumnya. Selama kegiatan pelatihan berlangsung, peserta dengan tertib mendengarkan penjelasan materi yang dipaparkan. Peserta juga tampak antusias dan bersemangat untuk praktek secara langsung mencoba mendesain menggunakan aplikasi canva. Sebelum kegiatan berakhir dilakukan tes akhir guna mengetahui sejauh mana pemahaman peserta mengenai pembuatan desain kemasan. Hasil yang diperoleh, para peserta mulai memahami cara membuat desain kemasan melalui aplikasi desain dan akan mulai berinovasi untuk membuat desain kemasan pada produk Lontong usaha mereka.

4. Kesimpulan

Pengabdian ini bertujuan untuk peningkatan daya saing Lontong melalui pelatihan dan desain kemasan yang inovatif dan menarik. Pelatihan dilakukan kepada 10 pelaku UMKM Lontong di Dusun Pete, Desa Sukoharjo. Materi pelatihan meliputi pengetahuan dasar desain dan praktik membuat desain kemasan menggunakan aplikasi Canva. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta dalam memanfaatkan aplikasi digital sederhana seperti Canva untuk mendesain kemasan produk Lontong yang lebih inovatif. Peserta memberikan tanggapan positif terhadap pelatihan ini dan menilai bahwa kegiatan ini memberikan banyak manfaat serta tambahan ilmu. Dapat disimpulkan bahwa pelatihan dan pendampingan desain kemasan kreatif dapat meningkatkan daya saing Lontong tradisional. Desain kemasan yang menarik dan inovatif dapat menjadi strategi pemasaran untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan nilai jual produk UMKM Lontong.

Ucapan Terimakasih

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat serta penulisan artikel ilmiah ini. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada:

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Negeri Salatiga yang telah mendanai ini melalui pengabdian kepada masyarakat.
2. Kepala Desa Sukoharjo dan Kepala Dusun Pete yang telah memberikan izin dan memfasilitasi pelaksanaan kegiatan di wilayah mereka.
3. Pelaku UMKM Lontong di Dusun Pete yang dengan antusias mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan ini.
4. Rekan-rekan dosen dan mahasiswa yang telah membantu dalam persiapan dan pelaksanaan kegiatan dari awal hingga akhir.

Semoga hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan UMKM Lontong di Dusun Pete dan sekitarnya maupun bagi para pembaca. Kritik dan saran yang membangun senantiasa kami harapkan demi perbaikan di masa mendatang.

Referensi

- Cenadi, C. S. (2000). Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran. *Jurusan Desain Komunikasi Visual*, 2(1), 92–103. <http://puslit.petra.ac.id/journals/design/92>
- Hamidah, S., & Wuryani, S. (2018). Preferensi Konsumen Terhadap Aneka Rasa Lontong Berbasis Beras Organik. In *Universitas Mercu Buana Yogyakarta-Yogyakarta*. http://bimbingan.org/jamur_pada_makanan.htm
- Negoro, Y. P., & Jufriyanto, Moh. (2022). Pelatihan Desain Kemasan Produk Frozen Food Dengan Smartmockups Dan Aplikasi Canva Pada UMKM Asosiasi Sidayu. *DedikasiMU: Journal of Community Service*, 4(2), 150. <https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v4i2.3987>
- Prasetyawati, M., Sudarwati, W., Jaharuddin, Nelfiyanti, Setiawan, A., & Saputra, A. (2022). Pelatihan Pembuatan Desain Kemasan Untuk Meningkatkan Pemasaran Pada Umkm Olahan Makanan Di Kelurahan Kelapa Dua Wetan. In *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat>
- Sari, Y., Afriyansyah, B., & Juairiah, L. (2019). Pemanfaatan Daun Sebagai Bahan Pembungkus Makanan Di Kabupaten Bangka Tengah. *Ekotonia: Jurnal Penelitian Biologi, Botani, Zoologi Dan Mikrobiologi*, 4(2), 48–56.
- Trison, S., Nurfadhila, S., Badjrai, A. A., Fahira, A., Mutaqqin, M. A., Razalina, M., Ramadhan, S. R., Shidqi, M. N., Shahputra, A. Z., Sari, W. P., & Astiza, R. D. (2020). Pelatihan Desain Kemasan Produk dan Media Pemasaran Online UMKM di Kelurahan Kukusan, Kota Depok (Product Packaging Design and Online Marketing Training in Kukusan Village, Depok City). *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2(Edisi Khusus), 159–166.
- Wadud, A. M., & Fitriani, E. (2021). Pelatihan Desain Kemasan Dalam Rangka Peningkatan Nilai Jual Produk UMKM di Kabupaten Kuningan. *DIMASEJATI*, 3(2), 177–186.
- Zettira, S. B. Z., Febrianti, N. A., Anggraini, Z. A., Prasetyo, M. A. W., & Tripustikasari, E. (2022). Pelatihan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 2(2), 99–105. <https://doi.org/10.37640/japd.v2i2.1524>