

PELATIHAN PERANCANGAN KEMASAN UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK DI PABRIK KRUPUK SGM MULYA

Tri Wisudawati¹⁾, Ecclesia Sulistyowati²⁾

¹ Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Duta Bangsa Surakarta

² Program Studi Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta

email: triwisudawati@udb.ac.id, ecclesia_sulistyowati@udb.ac.id

Abstract

Various facilities that are felt in utilizing information technology in the industry are very helpful in marketing activities ranging from marketing products, finding customers to buying and selling transactions that can increase competitiveness so that it can develop more rapidly. The development of technology in facing business competition is so rapid, especially in the field of marketing, so that the home industry business "SMG Crackers Factory" has not used marketing strategies to increase the product brand and sales of these crackers. The development of technology here is the development of information innovation in marketing. The SMG Crackers Factory only becomes a distributor who distributes the crackers daily to the seller of mobile crackers in a makeshift packaging such as a tin jar box. So we will provide training to owners and employees in increasing product innovation by using the 4P marketing mix method, namely Product, Price, Place, and Promotion. As a result of this community service, SMG crackers factories can market their products maximally in various market segments through product designs that contain company brand information and can market products with more variety and attract consumers.

Keywords: *Product quality, Marketing Mix, Marketing, Packaging Design*

1. PENDAHULUAN

Peranan penting pembangunan ekonomi di Indonesia salah satunya dipegang oleh sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Kontribusinya cukup besar pada angka Produk Domestik Bruto. Lima tahun terakhir mengalami peningkatan sebanyak 2,5%. Hal lain yang dapat dilakukan sektor UMKM mengenai serapan tenaga kerja dalam negeri. Serapan tersebut tumbuh dan meningkat sebanyak 0,23% dalam lima tahun terakhir [1].

Suatu usaha di bidang industri dan jasa dituntut untuk mampu bersaing dengan usaha sejenis maupun usaha lain terutama di era globalisasi dengan pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Bisnis atau usaha yang dimaksud seperti industri manufaktur produk consumer goods berupa makanan dengan peta persaingan cukup tinggi., industri ini cukup menarik untuk dibahas karena hampir setiap hari masyarakat membutuhkan makan. Tingginya tingkat persaingan industri makanan khususnya makanan pendamping nasi yaitu krupuk akan mempengaruhi tingkat keputusan pembelian konsumen. Sisi

packaging mempengaruhi psikologis konsumen karena ketertarikan tersebut sehingga konsumen akan melirik produk tersebut.

Perubahan budaya saat ini diikuti dengan perkembangan dunia usaha yang sangat cepat dan pesat [2]. Inovasi adalah pilihan korporasi dalam memenuhi kebutuhan pasar dan bersifat wajib dalam membangun sebuah usaha dan demi kelanjutan usaha. Penggunaan teknologi dan informasi merupakan inovasi sebagai upaya dari perusahaan untuk pengembangan dan pemasaran produk di industry [3]. Selain itu penggunaan media sosial juga tidak terlepas dari upaya perusahaan dalam memasarkan produknya. Hal tersebut dikarenakan setiap orang saat ini hampir semuanya memiliki akun media sosial [4]. Penggunaan teknologi dalam pemasaran, sangat membantu pengolahan data pada mitra, khususnya untuk pengolahan data pesanan [5]. Sehingga media sosial merupakan alat yang bisa digunakan dalam mendukung proses pemasaran lebih besar [6].

Budaya di Indonesia mengenai konsumsi cemilan maupun makanan ringan menjadi trend tersendiri bagi masyarakatnya. Dengan begitu muncullah banyaknya pengusaha makanan dan berkembang dengan pesat [7]. Hal ini terbukti dengan adanya makanan ringan seperti produk Pabrik SGM Mulya. Semakin bermunculannya usaha dalam jumlah banyak disertai persaingan ketat dalam dunia bisnis camilan. Hal tersebut membuat pengusaha harus memunculkan inovasi dengan tujuan mempertahankan market pasar dan berkelanjutan.

Tjiptono menyatakan bahwa bauran adalah alat pemasaran dengan tujuan untuk mengkotakkan atau mengkarakteristikan produk/jasa yang dibutuhkan konsumen/pelanggan. Tujuan lain dari bauran tersebut untuk memetakan dan menyusun strategi jangka panjang disertai perancangan taktik jangka pendek. [8]. Bauran pemasaran yang dimaksud dapat terbagi ke dalam empat komponen yang disebut 4P terdiri dari product, price, place, promotion. Pelatihan aspek marketing mix pada Pabrik Krupuk MSG lebih memperhatikan dan mempertimbangkan kebutuhan :

a. Produk

Kotler dan Amstrong menyatakan bahwa produk merupakan apapun yang ditawarkan kepada pasar dengan tujuan mendapatkan perhatian untuk dibeli dan dikonsumsi agar memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen [9]. Program pengabdian ini akan melakukan pelatihan kepada pemilik dan karyawan Pabrik Krupuk SMG dalam mengemas krupuk dengan bungkus yang lebih menarik dan pemberian nama produk. Selain itu memberikan pelatihan varian rasa krupuk tersebut misalkan rasa asin, gurih dan pedas. Oleh karena itu pengemasan produk memang penting untuk dilakukan [10][11].

b. Price

Faktor penentu pembelian salah satunya adalah harga. Tingkat keuntungan perusahaan juga ditentukan oleh harga dan menjadi bagian dari pasar.

c. Promosi

Keberhasilan program pemasaran ditentukan oleh banyak faktor seperti

promosi. Tjiptono menyatakan kegiatan promosi dilakukan untuk langkah penyampaian dan pengkomunikasian informasi produk kepada target/sasaran pasar. Dengan begitu komunikasi untuk memberikan keunggulan dan keistimewaan serta menandakan keberadaan produk untuk mendorong konsumen bertindak untuk membeli [8]. Indikator yang biasanya digunakan dalam kegiatan promosi seperti kebijakan atau diskon harga /promo serta penggunaan media iklan pada beberapa akun sosial media seperti instagram dan facebook.

d. Place

Alma menyatakan bahwa lokasi menyangkut pembahasan saluran distribusi dan seberapa banyak saluran pemasaran yang dibutuhkan serta perlunya kondisi penyalur. [12].

Kualitas produk dapat dijaga dengan bentuk kemasan yang baik. Kotler dan Amstrong mengungkapkan bahwa kemasan disertai dengan design yang bagus untuk menyampaikan informasi yang dikandung dalam produk. Kemasan juga memiliki fungsi sebagai strategi pemasaran beserta perlindungan produk di dalamnya. [9].

Hasil yang diharapkan ialah meningkatnya penjualan kerupuk dikarenakan sudah menerapkan strategi marketing 4P dan terbentuknya inovasi kemasan (Packaging) yang baru sehingga lebih menarik pembeli dan menjangkau banyak tempat pemasaran. Pengaruh kemasan untuk produk kerupuk di pabrik SMG berpengaruh terhadap niat pembelian produk oleh konsumen sehingga memunculkan dampak positif. kerupuk mentah SMG. Desain kemasan untuk krupuk mentah yaitu menggunakan plastik dengan model zip lock untuk mengunci produk dan terlihat lebih menarik.

2. IDENTIFIKASI MASALAH

Kunjungan awal dan melihat keadaan secara umum pada pabrik krupuk SGM Mulya mengenai analisis situasi yang ada sebenarnya pabrik krupuk ini memiliki produktivitas yang baik dalam menghasilkan produk krupuk dan jangkauan area pemasaran sudah mencakup beberapa daerah seperti area

wilayah Kabupaten Sukoharjo dan Kota Surakarta. Pemasaran dilakukan dengan cara dititipkan ke warung-warung, resto makanan dan beberapa toko. Namun penitipan ke warung-warung merupakan krupuk siap santap/makan dan rentan mengalami melempem (tidak renyah). Penitipan ke warung-warung menggunakan tempat berbentuk blek krupuk. Pabrik Krupuk SGM Mulya pernah menerima pemesanan secara berulang dari wilayah luar kota dalam bentuk kering maupun siap santap namun pabrik krupuk SGM Mulya tidak mampu mencukupi pemesanan dalam bentuk kering karena kebingungan dalam mengemas krupuk yang siap kirim dan memiliki ketahanan pangan/jangka *expired* yang cukup lama.

Pada analisis situasi sudah dijelaskan, terdapat beberapa masalah yang ada di Pabrik Krupuk SMG Mulya, berikut permasalahan yang teridentifikasi :

1. Kurangnya pemasaran di Pabrik Krupuk SMG Mulya meliputi dari *price*, *product*, *promotion*, dan *place*.
2. Belum adanya kemasan plastik terkait produk krupuk sehingga krupuk tidak begitu menarik dan kurang inovasi.

3. METODELOGI PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan antara lain sebagai berikut:

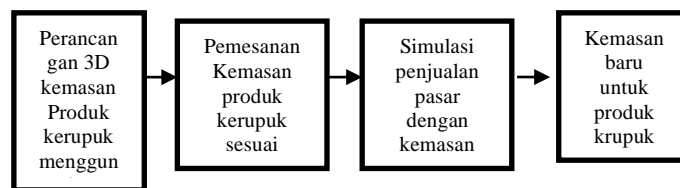
Kegiatan : Membuat terobosan baru terkait strategi pemasaran dengan inovasi kemasan baru krupuk dengan mempertimbangkan strategi marketing pemasaran meliputi 4P.

Isi Kegiatan : Sosialisasi terkait marketing penjualan 4P dan pembuatan inovasi kemasan krupuk yang baru yaitu kemasan plastik bentuk zip untuk krupuk mentah.

Tempat : Pabrik Krupuk SMG Mulya Sawah, Sanggrahan, Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah.

Alat dan Bahan : Sticker, Plastik Zip Lock, Kerupuk mentah.

Untuk alur pengabdian masyarakat sebagai berikut :



Gambar 1. Flow Chart Tahapan Pengabdian

Berikut penjelasan mengenai alur pengabdian masyarakat :

1. Perancangan 3D kemasan produk krupuk menggunakan software
Dalam perancangan kemasan produk terlebih dahulu di desain sesuai dengan ukuran yang telah ditentukan yaitu 13 x 20, 5 cm dengan model kemasan *zip lock* sebelum dilakukan proses pencetakan plastik kemasan. Software yang digunakan adalah *google sketchup*.
2. Pemesanan kemasan produk sesuai dengan gambar 3D
Setelah dilakukan proses perancangan kemasan dengan *software google sketchup*. Maka proses selanjutnya melakukan pemesanan plastik kemasan yang sesuai dengan desain 3D.
3. Simulasi penjualan pasar dengan kemasan yang baru
Simulasi penjualan pasar ini melibatkan proses pemasaran kepada pedagang di pasar dan ibu rumah tangga. Hasil dari simulasi ini konsumen menjadi tertarik dengan harga yang lebih mahal dari penjualan sebelumnya.
4. Kemasan baru krupuk mentah
Proses ini adalah memberikan sticker terkait informasi pabrik dan krupuk yang meliputi nama produk, nama pabrik, media pemasaran online yaitu instagram, facebook, dan whatsapp, serta no. P-IRT untuk meningkatkan citra pabrik dan produk.

Mengetahui respon kesukaan terhadap produk krupuk dari Pabrik SGM mulya dapat dilakukan dengan uji persepsi/kesukaan.

Responden diminta untuk menunjukkan tingkat kesukaan melalui pernyataan yang diberikan dengan cara skala. Jika sudah total skor kriterium diperoleh dari mengalikan nilai skala dikalikan jumlah sampel/responden [13]. Uji kesukaan produk krupuk Pabrik SGM Mulya terhadap kemasan baru krupuk mentah menggunakan plastic zip lock ditambah dengan labeling produk di ujikan kepada 20 pelaku pembeli krupuk. Pembeli di tanyakan unsur kesukaan dari kemasan krupuk SGM Mulya yang baru. Skor berbentuk interval dari 1 hingga 5 dengan pernyataan sangat suka hingga tidak suka sama sekali. Skor kriterium di dapatkan dari perkalian jawaban responden dikalikan dengan jumlah keseluruhan responden.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Pembuatan Krupuk Pabrik SGM Mulya

Krupuk sering disebut sebagai makanan ringan dan kering serta terbuat dari bahan yang mengandung pati. Krupuk sering kali digunakan sebagai lauk pelengkap. Krupuk juga sering dikaitkann dengan makanan ringan yang melalui pengembangan volume berbentuk produk yang porus serta *density* yang rendah saat digoreng. Dengan begitu krupuk yang mengalami perkembangan saat diolah dapat berproses kemudian mendapatkan tambahan uap air ke dalam adonan krupuk sehingga mengubah volume krupuk menjadi porus.. Secara sederhana dasar pembuatan krupuk di produksi dari adonan pati dengan proses pengukusan kemudian dilanjutkan dengan proses pencetakan dan pengeringan. Ketika krupuk dalam proses penggorengan kadar air dalam krupuk akan mengalami penguapan dari dalam disertai kenaikan suhu beserta tekanan uap dengan begitu krupuk akan mengembang dan terbentuk rongga udara. penggorengan. Lebih lengkapnya proses pembuatan krupuk akan dijabarkan dalam proses-proses sebagai berikut.

a. Pembuatan adonan krupuk

Krupuk akan melalui empat tahapan penting seperti pembentukan adonan, pencetakan. Setelah melalui dua tahapan tersebut kemudian adonan di proses pengeringan lalu krupuk digoreng. Adonan krupuk yang dibuat merupakan tahapan penting pada pembentukan krupuk mentah. Pencampuran bahan utama dengan kondimen tambahan kemudian diaduk secara merata adalah proses pembentukan adonan. Berikut ini adalah gambar beserta proses penjelasan dalam pembentukan adonan krupuk di Pabrik SGM Mulya.



Gambar 2. Pembuatan Adonan Krupuk

Proses pertama dari pembuatan krupuk di Pabrik SGM Mulya di mulai dari pembuatan adonan krupuk. Adonan dari krupuk terdiri dari tepung terigu, bawang merah, bawang putih, gara,, gula, cabai, penyedap rasa dan sari udang. Tahapan pertama haluskan bawang merah dan bawang putih lalu bubukkan sedikit cabai. Langkah selanjutnya tepung di masukkan ke dalam wadah dan ditambahkan komponen tambahan seperti penyedap rasa, garam, gula, perasa udang dan air kemudian hingga rata dan di aduk dengan rata. Langkah terakhir masukkan adonan di campur dengan tumisan bumbu dan ditunggu hingga matang. Perebusan adonan dilakukan kurang lebih 3 jam. Jika adonan sudah jadi kemudian di tuangkan ke dalam ember-ember besar untuk dibawa dan dilanjutkan ke proses pembentukan adonan

krupuk. Pabrik SGM Mulya telah memiliki mekanisasi mesin dalam pembuatan adonan sehingga tidak manual pengerjaannya dan mengefisienkan waktu dalam pembuatan adonan.

b. Pencetakan adonan

Adonan krupuk dicetak agar diperoleh bentuk dan ukuran yang pas dan seragam. Hal tersebut sangat penting mengingat keseragaman tersebut agar penampakan serta penetrasi panas yang merata. Dengan begitu akan memudahkan saat proses penggorengan. Krupuk yang telah digoreng nantinya akan menghasilkan warna dan bentuk yang seragam. Pada pabrik SGM Mulya pembentukan adonan menggunakan alat seperti di bawah ini.



Gambar 3. Pencetakan Adonan Krupuk

Pabrik SGM Mulya menggunakan alat dan mesin dalam melakukan pencetakan adonan krupuk. Mesin pembuat krupuk (*mixer* dan cetak) digunakan untuk mencetak krupuk bentuk mawar bulat dengan cepat dan efisien. Pabrik SGM Mulya memiliki dua mesin pencetak adonan sehingga terbuti sangat produktif dalam menghasilkan produk krupuk. Mesin ini berbahan besi dengan dimensi 220 x 100 x 245 cm didukung dengan konfeyer $\frac{1}{2}$ PK dan motor press $\frac{3}{4}$ PK. Mesin ini mampu menampung adonan sebanyak satu hingga 2 kwintal adonan krupuk tiap harinya.

c. Penjemuran/Pengeringan adonan krupuk

Krupuk dengan kandungan kadar air yang baik dapat dilakukan dengan cara pengeringan krupuk. Kandungan kadar air dalam krupuk akan mempengaruhi kualitas krupuk serta kapasitas krupuk saat mengembang ketika digoreng. Perlunya kadar atau tingkat skala khusus keringnya kerupuk mentah agar hasil tekanan uap akan maksimal saat digoreng dengan begitu gel pati dapat mengembang dengan baik. Tujuan pengeringan krupuk juga diperuntukkan untuk pengawetan, mempertahankan mutu dan pengurangan ongkos transportasi. Krupuk di Pabrik SGM Mulya memiliki dua metode dalam melakukan pengeringan. Pengeringan yang dimaksud dengan penjemuran di bawah sinar matahari dan metode kedua menggunakan oven. Berikut ini akan dijelaskan dua proses metode pengeringan krupuk pada Pabrik SGM Mulya.



Gambar 4. Penjemuran Adonan Krupuk

Metode pertama pengeringan yang dilakukan di Pabrik SGM Mulya dilakukan dengan penjemuran melalui sinar matahari. Penjemuran krupuk dilakukan selama kurang lebih 7 jam dalam waktu 1 hingga dua hari. Terdapat kelebihan menggunakan metode ini yaitu mengenai tampungan atau kuota muatan yang besar. Akan tetapi terdapat ketergantungan terhadap cuaca. Selain itu tidak dapat diatur pengeringannya.. Penjemuran krupuk juga bergantung dari teriknya sinar matahari apabila mendung penjemuran krupuk memakan waktu lebih lama dalam sehingga terdapat alternatif

tambahan menggunakan pengeringan dengan mesin oven.



Gambar 4. Pengeringan Adonan Krupuk

Metode kedua yang digunakan dalam pengeringan krupuk di Pabrik SGM Mulya dengan menggunakan oven. Terdapat keuntungan tersendiri dalam penggunaan oven yaitu dapat mengatur suhu dan waktu pemanasan yang diinginkan. Namun terdapat kelemahan dalam hal daya tampung mesin sehingga tidak semua adonan tertampung dalam sekali tahapan pengeringan melalui oven. Selain itu terdapat biaya operasional tambahan jika menggunakan oven dibandingkan pengeringan langsung dengan sinar matahari. Biasanya suhu yang digunakan pada fase pengeringan menggunakan suhu 60-70°C. Pengeringan menggunakan oven juga memerlukan waktu sekitar 7 hingga 8 jam. Jika suhu diturunkan menjadi sekitar 50 °C maka otomatis akan memerlukan waktu yang lebih lama 15-20 jam. Adanya proses pengeringan akan menghasilkan krupuk mentah yang baik dengan kadar air 14% sehingga terlihat renyah dan mudah dipatahkan.

d. Penggorengan krupuk

Penggorengan krupuk merupakan tahapan akhir dalam proses pembuatan krupuk. Pada Pabrik SGM Mulya krupuk digoreng menggunakan minyak kelapa sawit dengan suhu tertentu. Hal ini tentunya akan membuat krupuk yang dihasilkan renyah, gurih dan enak. Penggorengan di pabrik ini menggunakan alat penggorengan seperti yang tertera di gambar sehingga memaksimalkan daya tampung krupuk yang cukup besar.



Gambar 5. Penggorengan Krupuk

Perancangan Kemasan Krupuk

Salah satu ujung tombak penjualan suatu produk adalah segi kemasan/*packaging*. Peranan sangat penting dari adanya kemasan dikarenakan produk yang dikemas akan menaikkan nilai jual dan citra produk. Peningkatan nilai jual produk terjadi seiring dengan produk yang dihasilkan mendapat nilai tambah dari kemasan yang menarik. Citra produk sangat erat kaitannya dengan gambaran produk dalam imajinasi konsumen yang akan bernilai baik ketika produk dikemas secara baik. Oleh karena itu kemasan yang menarik akan berbanding lurus pada kesan yang ditimbulkan pula dari konsumen. Berikut adalah design menggunakan zip lock pada kemasan krupuk yang dihasilkan Pabrik SGM Mulya.



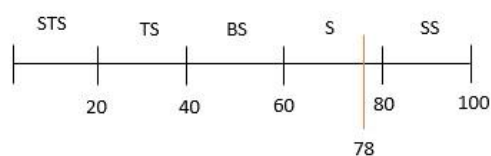
Gambar 6. Perancangan Kemasan Krupuk

Cara pemasaran Pabrik krupuk SMG Mulya yang lebih baik disertai penggunaan bauran pemasaran yang baik (4P) yang kemudian ditelaah kedalam price, product, place, and promotion. Cara pemasaran pabrik

krupuk SMG dengan menggunakan metode marketing 4P membuat penjualan meningkat dengan menambahkan unsur *product* dan *promotion* yaitu plastik kemasan. Untuk *Price* dengan desain kemasan yang baru akan lebih mampu bersaing lebih tinggi daripada kompetitor. Untuk *Place* dengan kemasan yang baru dapat lebih menjangkau banyak segmen pasar, tidak hanya dijual di pasar saja tetapi minimarket juga tertarik untuk menjualnya. Pembuatan plastik kemasan baru untuk product kerupuk SMG yaitu untuk kemasan kerupuk mentah. Tersedianya plastik kemasan baru untuk produk kemasan kerupuk mentah sehingga mampu bersaing dengan kompetitor dan dapat meningkatkan kualitas produk, citra perusahaan dan harga yang mampu bersaing dengan pesaing.

Response Konsumen Terhadap Kemasan Baru

Uji kesukaan kemasan pada produk krupuk kepada konsumen sangat diperlukan untuk melihat sejauh mana konsumen dalam menilai. Selain itu dari sisi produsen juga dapat melihat segmentasi pasar serta melihat kualitas dan citra produk yang dihasilkan. Berikut ini adalah hasil dari uji kesukaan pada kemasan baru krupuk mentah SGM Mulya dengan plastik ziplock.



Gambar 7. Uji Kesukaan

Berdasarkan gambar 7 dapat diketahui bahwa rating scale keseluruhan konsumen bernilai 78. Hal tersebut berarti konsumen memiliki persepsi yang baik terhadap produk kemasan krupuk dari Pabrik SGM Mulya. Menurut konsumen dengan adanya kemasan dengan plastik ziplock maka produk yang dibeli akan awet dan tahan lama. Selain itu akan menjaga kualitas produk krupuk mentah di dalamnya. Konsumen lebih tertarik untuk membeli dikarenakan aspek psikologis terhadap minat packaging produk yang beda

dengan kompetitor. Packaging yang menarik yang membuat konsumen lebih tertarik. Sehingga profit pabrik dapat meningkat dan dapat meningkatkan daya jual produk. Harapannya dengan adanya kemasan baru maka jangkauan pemasaran krupuk Pabrik SGM Mulya dapat lebih luas lagi.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan dari adanya program pengabdian masyarakat dosen Universitas Duta Bangsa Surakarta dengan program pelatihan perancangan kemasan untuk meningkatkan kualitas produk di Pabrik Krupuk SGM Mulya Sanggrahan Sukoharjo telah berjalan dengan baik. *Impact/dampak* yang ditimbulkan dari adanya program tersebut juga baik dimana sudah terdapat kemasan krupuk dengan isian krupuk matang maupun mentah. Adanya kemasan membuat penjualan krupuk meningkat dan pemesanan terhadap krupuk juga meningkat. Selain itu terdapat kepuasan konsumen dalam membeli krupuk dari Pabrik SGM Mulya baik dalam pembelian krupuk mentah maupun matang/siap santap.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada pihak LPPM Universitas Duta Bangsa Surakarta karena telah mengizinkan kami untuk melakukan proses pengabdian, serta kesediaan Pabrik SGM Mulya Sanggrahan Sukoharjo yang menjadi objek pada kegiatan pengabdian masyarakat ini.

7. REFERENSI

- [1] F. A. Y. Zayyinul Hayati Zen*, Satriardi, Dedi Dermawan, Denny Astrie Anggraini, St. Nova Meirizha, "PELATIHAN DESAIN KEMASAN PRODUK Kelembagaan Inkubator," *J. Pengabd. Untuk Mu negeRI*, vol. 2, no. 2, pp. 1–6, 2017.
- [2] Arifudin, O. "Analisis Budaya Organisasi Dan Komitmen Organisasi Karyawan Bank Swasta Nasional Di Kota Bandung," *J. Ilm. MEA*, vol. 4, no. 2, pp. 73–87, 2020.
- [3] Freeman, "Stakeholder Theory and the Corporate Objective Revisited,"

- Organ. Sci.*, vol. 15, no. 3, 2004.
- [4] U. W. K. Ery Hartaty, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Pendapatan Usaha Rumahan Laundry Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Sekip Jaya Palembang," *Aptekmas*, vol. 3, no. 3, 2020.
- [5] F. D. Rezanía Agramanisti Azdy, "Pemanfaatan Dan Pelatihan Penggunaan Teknologi Informasi Dalam Pengolahan Data Industri Kuliner 'Rosa Cake.,'" *Aptekmas*, vol. 2, no. 3, 2019.
- [6] Arifudin, O. "PKM Pembuatan Kemasan Dan Perluasan Pemasaran Minuman Sari Buah Nanas Khas Kabupaten Subang Jawa Barat," *Aptekmas*, vol. 3, no. 2, pp. 20–28, 2020.
- [7] D. P. Andini and O. J. Anggraeni, "Inovasi Kemasan Sebagai Daya Tarik Produk Aneka Camilan di Desa Curah Malang Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember," *Semin. Has. Penelit. dan Pengabdi. Masy. Dana BOPTN Tahun 2016*, no. 1, pp. 156–158, 2016.
- [8] F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi, 2014.
- [9] Kotler, Philip dan Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid II Edisi XII*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- [10] M. N. Alfin, "Pengaruh desain produk, bentuk kemasan dan bahan kemasan terhadap minat beli konsumen (Studi kasus teh hijau tocha)," *J. Ekon. Manaj.*, vol. 2, no. 2, pp. 48–54, 2016.
- [11] N. L. B, "Pengaruh Variasi dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Kotak Ultrajaya," *Strateg. J. Pendidik. Manaj. Bisnis*, vol. 7, no. 14, 2008.
- [12] B. Alma, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2003.
- [13] W. A. Saputro, F. Edi, N. Saputro, "Program Agroschooling pada Siswa Sekolah Dasar SD 01 Manang untuk Meningkatkan Minat terhadap Bidang Pertanian," vol. 2, no. 1, pp. 68–79, 2020.