

PENINGKATAN KAPASITAS PRODUKSI BUMBU BALI “NEPAON” SUKA WIRANG DESA BUKIT

Gede Suwardika¹, I Ketut Putu Suniantara^{2*}, Agus Tatang Sopandi³, Kadek Masakazu⁴, I Gusti Ngurah Satria Wijaya⁵, Ni Made Sri Damayanti⁶, Ni Nyoman Dea Reskita⁷

^{1,3,4,6,7}Universitas Terbuka UPBJJ - Denpasar

²Program Studi Sistem Informasi - Institut Teknologi dan Bisnis Stikom Bali

⁵Bisnis Digital, Institut Teknologi dan Bisnis Stikom Bali

Email: ¹isuwardika@ecampus.ut.ac.id, ^{2*}suniantara@stikom-bali.ac.id

Abstract: The Balinese spice "NePaon" is produced by the Suka Wirang group which is in Bukit Tibulaka Village. The main problems faced by partners are (1) in the production sector, production capacity is less than optimal and packaging leaks, causing labels to become damaged. (2) in the marketing sector, there are limitations to marketing carried out conventionally. The final problem (3) is in the legal sector, where the partner product does not yet have a production permit as a legality and security aspect in expanding marketing. The solution to the problem provided is by offering donations for production equipment and some training. The method of implementing the service is by adopting the PALS (participatory learning system) method. The results of the service obtained are an increase in production capacity in the last two months, increased knowledge of partners in packaging with new designs. Partners already have social media as digital marketing. Partners have knowledge in certification and electronic transactions. Partner responses to the implementation of activities with results were 31% satisfactory and 69% very satisfactory. Meanwhile, in training, partner responses were 37.5% satisfactory and 62.5% very satisfactory.

Keywords: balinese spices; PALS; production training; increased production

Abstrak: Bumbu Bali “NePaon” di produksi oleh kelompok Suka Wirang yang terletak di Desa Bukit Tibulaka. Permasalahan utama yang dihadapi mitra yaitu (1) bidang produksi, kapasitas produksi kurang maksimal dan pengemasan mengalami kebocoran sehingga menyebabkan label menjadi rusak. (2) bidang pemasaran, adanya keterbatasan pemasaran yang dilakukan secara konvensional. Permasalahan terakhir (3) bidang hukum, dimana produk mitra belum memiliki izin produksi sebagai aspek legalitas dan standar keamanan dalam memperluas pemasaran. Pemecahan masalah yang diberikan yaitu dengan menawarkan sumbangan alat – alat produksi dan beberapa pelatihan. Metode pelaksanaan pengabdian dengan mengadopsi metode PALS (*participatory learning system*). Hasil pengabdian diperoleh yaitu adanya peningkatan kapasitas produksi dalam dua bulan terakhir, meningkatnya pengetahuan mitra dalam melakukan pengemasan dengan desain yang baru. Mitra sudah memiliki media sosial sebagai pemasaran digital marketing. Mitra memiliki pengetahuan dalam sertifikasi dan transaksi elektronik. Respon mitra terhadap pelaksanaan kegiatan dengan hasil 31% memuaskan dan 69% sangat memuaskan. Sedangkan pada pelatihan, respon mitra 37,5% memuaskan dan 62,5% sangat memuaskan.

Kata kunci: bumbu bali; PALS; pelatihan produksi; peningkatan produksi

PENDAHULUAN

Kelompok Suka Wirang dibentuk tahun 2015 dengan Surat Keputusan Nomor 312/B/6.I/V/2015 tentang Pengu-kuhan Kelompok Suka Wirang, tertanggal: 27 Mei 2015 beralamat Jl. Lempuyang Luhur Desa Bukit Banjar Tibulaka Bali-Amlapura-Karangasem-Bali. Awal pembentukan kelompok ini merupakan kelompok yang bergerak dibidang sosial. Namun, mulai tahun 2020 kelompok Suka Wirang dibina oleh salah satu tim pengusul untuk menghasilkan sebuah produk yaitu bumbu bali (*bumbu rajang*) yang memiliki nilai jual yang tinggi karena dibutuhkan setiap hari sebagai bumbu dasar dalam pengembangan kuliner masakan khas bali (Suniantara et al., 2022) (Putri, Masdarini, & Ariani, 2021).

Mitra pengabdian PKM kali ini beralamat di Banjar Dinas Tibulaka Bali terletak di Desa Bukit, Kecamatan Karangasem Bali yang berjarak 72,4 km dari lokasi pengusul ke lokasi mitra. Mulai tahun 2020 kelompok ini menjadi kelompok Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang memproduksi bumbu bali "NePaon" yang setiap bulanya mampu memproduksi bumbu bali sebanyak 150 kg yang dikemas dalam berbagai kemas-an, yaitu isian 150 gr, 250 gr dan 500 gr hal ini sesuai dengan pesanan.

Bahan baku yang dibutuhkan mitra bawang merah, bawang putih, jahe, kencur, lengkuas, kunyit, cabai kecil, cabai besar, kemiri, terasi dan gula pasir yang diproduksi menjadi menjadi bumbu dengan satu alat produksi penggilingan bumbu yang dihibahkan oleh salah satu tim pengusul pada tahun 2020 sebelumnya. Peningkatan produksi terjadi pada hari-hari tertentu disaat hari raya atau musim kegiatan keagamaan/ pernikahan. Dalam peningkatan ini, terka-

dang mitra tidak mampu melayani pesa-nan dikarenakan alat untuk mengolah bumbu dan tempat penyimpanan bumbu kurang, seperti wajan, kompor dan box penyimpanan.

Produk bumbu bali "NePaon" sudah dikemas dalam botol kemasan dengan label sederhana. Label dicetak oleh mitra sendiri secara sederhana dengan menggunakan kertas label yang nantinya ditempel pada botol kemasan, sehingga jika terjadi kebocoran menyebabkan label kemasan menjadi basah. Pengemasan dilakukan dengan botol ke-masan yang bagian penutupnya diberikan *seal alumunium foli* dengan bantuan perekat setrika listrik. Pengemasan ini memakan waktu yang cukup lama dan kadang mengalami kebocoran dimana minyak keluar saat akan dilakukan pengemasan, sehingga produk hanya ber-tahan lama sampai satu minggu. Pada hal menurut (Verdiyanto, Fatimah, & Hermawan, 2022) (Lestari & Ulya, 2021) menyatakan bahwa pengemasan maupun desain kemasan produk yang semakin baik maka keputusan konsumen semakin tinggi untuk membeli suatu produk dan sangat mempengaruhi daya saing produk dipasaran.

Produk yang dihasilkan oleh mitra memiliki keunggulan pada cita rasa yang khas, gurih, dan tidak mengandung bahan pengawet atau bahan-bahan yang berba-haya. Dimana penjualan produk bumbu bali "NePaon" masih disekitar Kota Amlapura yang dilakukan secara konven-sional dengan menitipkan pada penjual daging dan penjual bumbu dapur dengan omset perbulan kurang lebih Rp. 6.200.000 yang dibagi rata kepada ang-gota mitra dengan mengedepankan asas kekeluargaan, kejujuran dan transparan. Keuntungan yang diperoleh saat ini belum maksimal dikarenakan mitra belum me-mahami tentang perhitungan laba dan

jangkauan pemasaran masih terbatas (Sopandi, Suwardika, Masakazu, & Erlina, 2023) (Esen, Iriana, & Mukoffi, 2020).

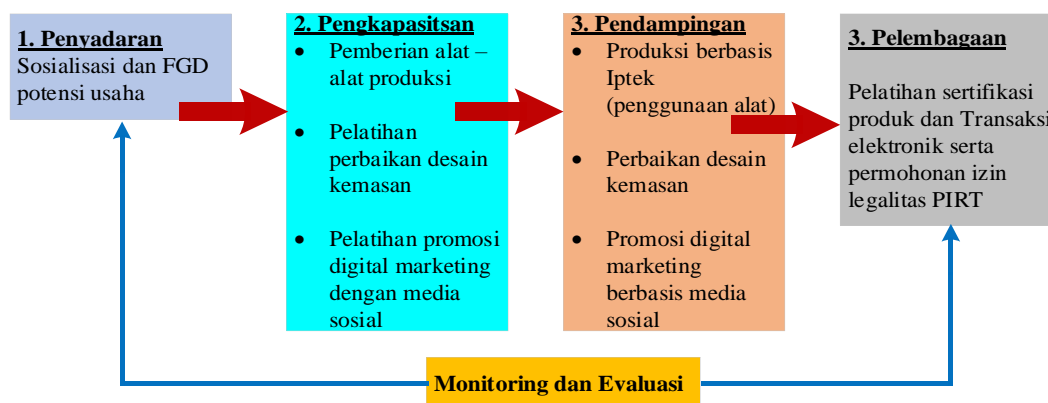
Adanya peningkatan produksi yang dibarengi dengan peningkatan omset maka diperlukan izin edar dari dinas Kesehatan setempat. Dimana legalitas ini memberikan jaminan kemasan produk pangan bagi UMKM sehingga produk aman untuk di konsumsi sehingga mampu untuk bersaing dipasaran (Kusmanto & Warjio, 2019) (Widyatama et al., 2023). Sedangkan menurut (Aminah, Hakim, & Warokhman, 2021) menyatakan bahwa legalitas mampu berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang. Saat ini mitra belum memiliki izin PIRT dari dinas Kesehatan, dikarenakan mitra masih kurang paham mengenai bagaimana pentingnya legalitas usaha dan pengu-rasan administrasi legalitas PIRT. Sehingga diperlukan adanya pendampingan dan penyuluhan mengenai legalitas usaha dari akademisi yang bekerja sama dengan dinas Kesehatan setempat.

Permasalahan utama yang dihadapi mitra yaitu keterbatasan alat produksi terutama kompor, wajan berukuran besar dan tidak memiliki tempat penyimpanan, dimana produksi yang dilakukan hanya dua kali dalam seminggu sehingga produksi tidak maksimal. Selain itu pengemasan juga dilakukan dengan alat sederhana sehingga menyebabkan kebocoran minyak akibatnya label menjadi rusak dan kotor serta produk tidak tahan lama. Pada pemasaran produk mitra hanya dipasarkan di Kota Amlapura yang dilakukan secara konvensional yaitu dititipkan pada penjual daging dan penjual bumbu dapur sehingga omset penjualan tidak maksimal. Pada bidang hukum, mitra belum memiliki izin produksi pangan

industri rumah tangga (PIRT) sebagai produk yang tersertifikasi sebagai legalitas usaha dalam memperluas pemasaran.

METODE

Prosedur pelaksanaan pengabdian dengan menggunakan adopsi dari metode PALS (*participatory learning system*) yang meliputi empat tahapan yaitu: 1) tahap penyadaran yang terdiri dari sosialisasi dan FGD potensi mitra yang bertujuan untuk memberikan kesadaran ke mitra tentang kondisi dan potensi yang jalani oleh mitra serta pentingnya aplikasi teknologi dalam menjalankan usaha serta bagaimana bersaing dalam pasar bebas. 2) tahap pengkapasitasan dimana mitra diberikan bantuan alat-alat produksi, pelatihan perbaikan kemasan dan desain kemasan dan pelatihan promosi digital marketing dengan menggunakan media sosial. Tujuan tahap ini bagaimana mitra melakukan peningkatan kualitas dan kuantitas produksi. 3) tahap pendampingan, mitra diberikan pendampingan dalam peningkatan kualitas dan kuantitas produksi sesuai, sehingga mitra bisa mengembangkan dan usaha mitra secara mandiri dan berkelanjutan. Pada tahapan ini mitra melakukan proses produksi secara mandiri yang didampingi oleh tim pelaksana pengabdian. 4) tahap pelem-bagaan, mitra diberikan pelatihan tentang sertifikasi produk dan transaksi elektronik. Dalam sertifikasi produk mitra diberikan penjelasan pentingnya sertifikasi/ legalitas PIRT sebagai jaminan produk yang dipasarkan. Sedangkan pada bagian transaksi elektronik mitra diberikan pelatihan bahwa penjualan dengan menggunakan media sosial berhubungan transaksi elektronik yang aman dan terhindar dari kejahatan *cyber*.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini, dilaksanakan dalam waktu kurang lebih delapan bulan, dengan permasalahan yaitu bidang produksi, bidang pemasaran dan bidang hukum. Pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan menggunakan Metode PALS.

A. Penyebaran: Sosialisasi dan FGD Kegiatan

Sosialisasi kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan agenda memberikan informasi kepada mitra, akan diselenggarakannya kegiatan pengabdian sesuai dengan analisis situasi yang ada, dengan solusi dan target luaran yang sudah ditetapkan bersama di awal saat pengumpulan data. Sosialisasi dilakukan oleh tim pengabdian yang dihadiri langsung oleh mitra dimana pembahasan yang difokuskan adalah kegiatan yang menjadi target capaian luaran kegiatan pengabdian.

Penentuan waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian sesuai dengan jadwal mitra dan kegiatan apa saja yang akan dilaksanakan berdasarkan atas kesepakatan yang sudah dituangkan dalam luaran kegiatan pengabdian. Adapun target luaran kegiatannya yang berujuk ke

beberapa indikator capaian keberhasilan kegiatan pengabdian diantaranya adalah peningkatan produksi minimal 60%. Radius daerah pemasaran lebih dari 1 kota sehingga jumlah pelanggan mengalami peningkatan melalui *fanspage facebook*. Selanjutnya perubahan label desain kemasan dengan penambahan penggunaan labeling kemasan yang dapat ditempelkan pada produk, Indikator capaian dari kegiatan ini adalah adanya tambahan identitas produk sebagai penanda produk yang dipasarkan. Kegiatan terakhir pembuatan media promosi. Pada bidang hukum indikator capaiannya mitra memiliki izin produksi berupa PIRT dan 100% anggota mitra paham mengenai hukum transaksi elektronik.

B. Peningkatan kapasitas

1. Pemberian alat – alat produksi

Pada tahap ini, mitra diberikan sumbangan alat-alat produksi sebagai sarana untuk meningkatkan kuantitas produksi. Berdasarkan hasil analisa situasi dimana saat diskusi awal dengan mitra, terdapat beberapa peralatan yang dibutuhkan untuk peningkatan kapasitas alat produksi yang saat itu mitra kekurangan alat produksi karena permintaan

semakin meningkat ditambah alat yang saat ini dimiliki kurang cukup memadai. Kegiatan penyerahan barang/alat dilakukan pada bulan Mei 2023. Terdapat beberapa barang/alat yang diberikan kepada mitra sesuai dengan kebutuhan utama produksi adalah: kompor 2 tungku, wajan, waskom dengan ukuran lebih besar dengan bahan aluminium, box container, dan meja produksi.



Gambar 2. Serah Terima Alat – alat Produksi

2. Perbaikan desain kemasan produk

Pada tahap perubahan label kemasan, kegiatan ini dilakukan oleh tim pengabdian bersama dengan mahasiswa dibagian dokumentasi. Perubahan label kemasan ini untuk memberikan kesan yang lebih menarik dan memberikan identitas produk yang dihasilkan oleh mitra. Dimana salah satu strategi pemasaran yang dapat perusahaan lakukan adalah menciptakan desain kemasan produk yang baik dan menarik. Beberapa alasan mengapa suatu usaha harus mempertimbangkan desain kemasan pada produk antara lain: Memperkuat merek usaha: desain kemasan yang konsisten dapat membantu memperkuat citra merek dan meningkatkan kesadaran merek di kalangan konsumen. Menarik perhatian konsumen: Desain kemasan yang menarik dan kreatif dapat membedakan produk dari pesaing dan menarik perhatian konsumen Ketika dipasarkan. Meningkatkan nilai produk: desain

kemasan yang baik dapat menambah nilai produk. Memberikan informasi: kemasan dapat memberikan informasi yang penting tentang produk seperti nama usaha mitra, nomor telp, dan lokasi produksi (Firmansyah, 2019) (Kusumasari, 2017) (Widiati, 2019) (Pratama, Adityawan, & Fathurrizky, 2023).

Dalam merancang desain kemasan, tim pengabdian yang dibantu oleh mahasiswa harus mempertimbangkan berbagai faktor seperti warna, font, gambar, dan jenis kemasan yang akan digunakan. Label kemasan harus dirancang dengan tujuan utama untuk menarik perhatian konsumen, menjaga kesesuaian merek, dan memberikan informasi yang cukup tentang produk. Adapaun perubahan desain label kemasan yang dirancang dan sudah diimplementasikan pada produk mitra, terlihat pada gambar 3. berikut:



Gambar 3. Perubahan Desain Label dan Logo Mitra

3. Pembuatan media sosial untuk pemasaran digital

Kegiatan ini dilaksanakan sebagai salah satu target transfer iptek pada

kegiatan pengabdian, dimana mitra didampingi dalam pembuatan akun *fanspage facebook* untuk mempromosikan produk bumbu bali NePaon. Penerapan media sosial untuk penjualan produk dapat menjadi strategi pemasaran yang sangat efektif saat ini melihat kebiasaan banyak orang yang semakin aktif menggunakan *platform* media sosial untuk mencari informasi dan melakukan pembelian barang. Pada kegiatan pertama pembuatan akun *facebook* dan belajar melakukan posting untuk promosi produk bumbu bali NePaon, adapun dokumentasinya terlihat pada gambar 4 berikut:



Gambar 4. Tampilan Facebook untuk Produk Mitra

C. Pendampingan

Tahap pendampingan terdiri dari produksi berbasis Ipteks (penggunaan

alat), pendampingan perbaikan desain kemasan dan pendampingan promosi digital marketing berbasis media sosial. Pada tahap ini, pendampingan dilakukan mulai dari pelatihan sampai dengan tahapan monitoring dan evaluasi. Dalam tahapan pendampingan mitra mengaplikasikan secara mandiri materi pelatihan yang diberikan sebelumnya. Adapun hasil dan rincian kegiatan ditampilkan pada tabel 1.

D. Pelembagaan: Sosialisasi Sertifikasi Produk PIRT dan Transaksi Elektronik

Pada kegiatan ini diberikan sosialisasi penting sertifikasi produk dan bagaimana proses pengajuannya. Kegiatan ini berikan oleh I Gusti Ngurah Satria Wijaya. Tahap awal kegiatan ini dijelaskan tentang standarisasi produk sehingga produk dari mitra layak dipasarkan. Dalam hal sertifikasi PIRT bertujuan sebagai tanda bahwa makanan dan minuman yang dipasarkan layak jual. Pelaku usaha dalam skala rumahan, memerlukan legalitas PIRT sebagai bukti produknya layak edar dan diakui usahanya oleh pemerintah dan masyarakat.

Tabel 1. Hasil Pendampingan Pelatihan

No	Kegiatan	Hasil yang diperoleh
1	Produksi berbasis Iptek (penggunaan alat)	<ul style="list-style-type: none"> Mitra mampu mengoperasikan alat – alat produksi dengan baik Mitra mampu melakukan produksi secara optimal dengan alat – alat produksi berbasis Iptek
2	Perbaikan desain kemasan	<ul style="list-style-type: none"> Mitra mampu membuat desain produk yang lebih menarik Mitra mampu mengaplikasikan desain produk akhir dengan kemasan yang siap pakai
3	promosi digital marketing berbasis media sosial	<ul style="list-style-type: none"> Mitra mampu membuat media sosial Mitra mampu membuat konten promosi melalui media sosial Mitra mampu posting produk pada media sosial

Produk Industri Rumah Tangga atau PIRT sebagai perijinan untuk industri makanan minuman skala rumah tangga, penting karena sebagai salah satu jaminan produk berkualitas. Bumbu olahan adalah salah satu jenis makanan yang bisa disimpan dalam kurun waktu 1 minggu sampai dengan 1 bulan, oleh karena itu usaha ini banyak peminatnya, terlebih usaha ini dapat dimulai dan diproduksi dari dapur rumah tangga. Bumbu olahan dalam pengemasan dan pemasarannya ada standar tertentu. Standar ini yang nanti dijelaskan pada penyuluhan keamanan pangan, oleh karena itu pelaku usaha bumbu olahan mengurus legalitas dari usahanya. Pada saat mengurus PIRT, pelaku usaha akan mengikuti penyuluhan, tentang keamanan bahan, layout desain pengemasan, cara perluasan pemasaran produk, dan lain-lainnya. Setelah mendapat nomor PIRT, nomor ini bisa

disertakan dalam label pengemasan produk.



Gambar 5. Sosialisasi Sertifikasi PIRT dan Transaksi Elektronik.

E. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan berdasarkan pelaksanaan dan pelatihan kegiatan. Evaluasi ini dilakukan dengan teknik angket menggunakan skala likert dengan 5 skala. Adapun evaluasi dapat evaluasi dapat dilihat pada tabel 2

Tabel 2. Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

No	Atribut Penilaian	Kepuasan				
		1	2	3	4	5
1	Tema kegiatan	0%	0%	0%	20%	80%
2	Ketepatan waktu pelaksana kegiatan	0%	0%	0%	70%	30%
3	Sikap tim pelaksana	0%	0%	0%	20%	80%
4	Penguasaan materi tim pelaksana	0%	0%	0%	20%	80%
5	Cara penyajian materi tim pelaksana	0%	0%	0%	40%	60%
6	Manfaat materi yang dirasakan mitra	0%	0%	0%	20%	80%
7	Interaksi tim pelaksana dengan mitra	0%	0%	0%	30%	70%
Rata-rata		0%	0%	0%	31%	69%

Keterangan: 1: buruk; 2: kurang; 3: cukup; 4: memuaskan; 5 sangat memuaskan

Tabel 3. Evaluasi Pelatihan Kegiatan

No	Atribut Penilaian	Kepuasan				
		1	2	3	4	5
1	Pelatihan produksi berbasis IPTEKS	0%	0%	0%	40%	60%
2	Pelatihan perbaikan desain kemasan	0%	0%	0%	20%	80%
3	Pelatihan promosi digital marketing	0%	0%	0%	20%	80%
4	Pelatihan sertifikasi dan transaksi elektronik	0%	0%	0%	70%	30%
Rata-rata		0%	0%	0%	37,5%	62,5%

Keterangan: 1: tidak memuaskan; 2: kurang; 3: cukup; 4: memuaskan; 5 sangat memuaskan

SIMPULAN

Pengabdian kepada Masyarakat pada kelompok Bumbu Bali “NePaon” Suka Wirang telah dilaksanakan dengan baik. Respon mitra terhadap indikator pelaksanaan kegiatan dengan hasil 31% memuaskan dan 69% sangat memuaskan. Sedangkan pada indikator pelatihan yang diberikan respon mitra 37,5% memuaskan dan 62,5% sangat memuaskan. Kegiatan pelatihan dan pendampingan sebagai transfer pengetahuan dilakukan kepada mitra terkait pada bidang produksi, pemasaran dan bidang hukum. Hasil pengabdian diperoleh yaitu adanya peningkatan kapasitas produksi 2 bulan terakhir sebesar 30%, pengetahuan mitra meningkat 100% dalam melakukan pengemasan dengan desain yang baru. Sudah memiliki media sosial sebagai pemasaran digital marketing sehingga diharapkan terjadinya peningkatan omset serta memiliki pengetahuan dalam sertifikasi dan transaksi elektronik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Universitas Terbuka atas pendanaan kegiatan pengabdian ini, serta mitra Suka Wirang atas kesempatannya berbagi pengalaman dan terima kasih atas Kerjasama sehingga kegiatan ini berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

Aminah, S., Hakim, R., & Warokhman, M. (2021). *Pengaruh Legalitas Usaha, Labelisasi Halal, Citra Merek, Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Produk Makanan Dan Minuman Binaan Dinas Koperasi Dan UMKM Di*

Kabupaten Lumajang. Universitas Muhammadiyah Malang.

- Esen, Y., Iriana, N., & Mukoffi, A. (2020). *Analisis Rasio Keuangan Untuk Menilai Kinerja Perusahaan Pada Home Industri Keripik Tempe Sari Rasa Sanan Blimbing Kota Malang*. Universitas Tribhuana Tungadewi.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Pertama). Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Kusmanto, H., & Warjio. (2019). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(2), 320–327.
- Kusumasari, A. D. (2017). Pengaruh Desain Kemasan Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 49(2), 103–111.
- Lestari, N. T., & Ulya, H. N. (2021). Upaya Peningkatan Penjualan Melalui Strategi Labeling Usaha Keripik Tempe Di Desa Glonggong. *Abdimas Indonesian Journal*, 1(1), 19–34.
- Pratama, S. D., Adityawan, O., & Fathurrizky, A. (2023). Perancangan Desain Kemasan Sebagai Media Promosi Produk Kuliner Tradisional. *JKP: Jurnal Kajian Pariwisata*, 5(1), 11–19.
- Putri, K. M., Masdarini, L., & Ariani, R. P. (2021). Identifikasi Bumbu Khas Tradisional Bali Pada Desa

- Bali Aga Di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Bosaparis: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 12(1), 17–23.
<https://doi.org/10.23887/jppkk.v12i1.32577>
- Sopandi, A. T., Suwardika, G., Masakazu, K., & Erlina, N. (2023). Pemberdayaan Kelompok Perempuan Sentra Keripik Tempe Untuk Meningkatkan Pendapatan dan Ekonomi Masyarakat. *Surya Abdimas*, 7(2), 348–356.
- Suniantara, I. K. P., Suardika, I. G., Santosa, I. M. A., Hendayanti, N. P. N., Suwardika, G., & Masakazu, K. (2022). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Kelompok Seka Wirang Dalam Pembuatan Bumbu Sebagai Dasar Pengembangan Kuliner Masakan Khas Bali Desa Bukit – Karangasem. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(7), 5587–5592.
- Verdiyanto, Fatimah, F., & Hermawan, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Packaging terhadap Keputusan Pembelian Beras Rantau di UD. Putra Sultan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 20(2), 457–465.
- Widiati, A. (2019). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 8(2), 67–76.
- Widyatama, P. R., Karima, Febi, E. E., Herawati, D. N., Saputro, J. A., & Setiawan, R. (2023). Sosialisasi Pentingnya Legalitas Dan Kehalalan Produk Umkm Dalam Berwirausaha Di Desa Tanjekwagir, Krembung, Sidoarjo. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 95–101.