

## Peningkatan Daya Saing UMKM Keripik Mamak Melalui Perbaikan Kemasan Berbasis Project-Based Learning

Selaginella Danarjati<sup>1</sup>, Endang Verawati<sup>1</sup>, Syerina Raihatul Jannah<sup>\*2</sup>, Rani Revina Putri<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Rekayasa Teknologi dan Bisnis Pertanian, Agribisnis Pangan, Politeknik Negeri Sriwijaya, Banyuasin, Indonesia

<sup>2</sup>Rekayasa Teknologi dan Bisnis Pertanian, Teknologi Pangan, Politeknik Negeri Sriwijaya, Banyuasin, Indonesia

<sup>3</sup>Rekayasa Teknologi dan Bisnis Pertanian, Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Banyuasin, Indonesia

\*e-mail: [danarjatiselaginella@gmail.com](mailto:danarjatiselaginella@gmail.com)<sup>1</sup>, [endangverawati@polsri.ac.id](mailto:endangverawati@polsri.ac.id)<sup>1</sup>, [syerinarij@polsri.ac.id](mailto:syerinarij@polsri.ac.id)<sup>2</sup>,  
[ranirevinaputri@polsri.ac.id](mailto:ranirevinaputri@polsri.ac.id)<sup>3</sup>

|            |            |            |                   |
|------------|------------|------------|-------------------|
| Received:  | Revised:   | Accepted:  | Available online: |
| 27.05.2025 | 15.06.2025 | 09.07.2025 | 24.07.2025        |

**Abstract:** *Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are important in Indonesia's economic development. Processed food products should be packaged well to increase the product's added value. Through the Project-Based Learning (PBL) approach, this community service activity aims to actively involve students in packaging improvement by combining academic knowledge and direct practice in the field. The method of implementing the community service activity consists of 4 stages of activity, namely: 1) visits and observations to MSME Mamak chips to find out the obstacles in MSME Mamak chips; 2) improvement of the packaging label of chips at MSME Mamak chips; 3) Improvement of packaging using standing pouch packaging at MSME Mamak Chips; 4) Evaluation of the success of the updated chip label and standing pouch packaging. The results obtained from this activity are an increase in sales after mentoring was carried out on SD & TK Partners, increasing from around 120,000 to 145,000; on SMP Partners, increasing from around 200,000 to 245,000; and on Warung Partners, increasing from around 200,000 to 260,000, and also the presence of new partners such as Fruit Shops, Village Offices, Resellers, and Hospitals.*

**Keywords:** *Mamak Chips, Medium Enterprises, Micro, Packaging, Project-Based Learning, and Small*

**Abstrak:** Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Produk pangan yang sudah diolah hendaknya dikemas dengan baik untuk meningkatkan nilai tambah produk. Melalui pendekatan Project-Based Learning (PBL), kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk melibatkan mahasiswa secara aktif dalam proses perbaikan kemasan, dengan menggabungkan pengetahuan akademik dan praktik langsung di lapangan. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian terdiri dari 4 tahap kegiatan yaitu; 1) kunjungan dan observasi kepada UMKM keripik Mamak dengan tujuan mencari tau kendala di UMKM keripik mamak; 2) perbaikan label kemasan keripik di UMKM keripik mamak; 3) Perbaikan kemasan menggunakan kemasan standing pouch di UMKM Keripik Mamak; 4) Evaluasi keberhasilan label keripik yang telah diperbaharui dan kemasan standing pouch. Hasil yang didapat dari kegiatan ini adalah adanya peningkatan penjualan setelah dilakukannya pembimbingan pada Mitra SD&TK meningkat dari sekitar 120.000 menjadi 145.000, pada Mitra SMP meningkat dari sekitar 200.000 menjadi 245.000, dan pada Mitra Warung meningkat dari sekitar 200.000 menjadi 260.000, dan juga adanya mitra baru seperti Toko Buah, Kantor Desa, Reseller, dan Rumah Sakit.

**Kata kunci:** Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Project-Based Learning, Keripik Mamak, Kemasan

### 1. PENDAHULUAN

Masyarakat memegang peranan krusial dalam pembangunan ekonomi, utamanya melalui pengembangan UMKM. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berperan dalam perekonomian Indonesia, yaitu sebagai pertumbuhan ekonomi lokal, 88% sebagai sumber menciptakan lapangan kerja serta 40% kontribusi UMKM dalam membentuk Produk Domestik Bruto (PDB) (Lubis & Rofila Salsabila, 2024). Salah satu sektor UMKM yang berkembang cukup pesat adalah industri makanan ringan, salah satunya produk keripik. Banyaknya pelaku usaha sehingga menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing, khususnya terkait kualitas dan desain kemasan pada produk. Kemasan yang kurang menarik dan tidak mempengaruhi standar seringkali menjadi kendala dalam pemasaran produk (Wijaya et al., 2024).

Perbaikan kemasan menjadi aspek penting dalam meningkatkan nilai tambah produk (Setiawardhani, 2025). Mengembangkan desain dan fungsi kemasan secara optimal menjadi salah satu upaya UMKM agar mampu bersaing secara lebih efektif. Salah satu UMKM yang menghadapi tantangan dalam hal ini adalah “Keripik Mamak”, sebuah usaha lokal yang memproduksi keripik dengan cita rasa khas. Meski memiliki kualitas rasa yang baik, produk Keripik Mamak masih

menggunakan desain kemasan sederhana yang kurang menarik dan tidak sesuai dengan standar pemasaran. Hal ini dapat mempengaruhi daya saing produk dengan produk sejenis, karena konsumen lebih memilih produk yang memiliki informasi kemasan yang jelas sehingga keterbatasan ini juga berpengaruh pada perluasan pasar untuk pemasaran berkelanjutan.

Kemasan merupakan pembungkus yang berfungsi untuk melindungi produk yang ada didalamnya agar produk aman, mudah disimpan, mudah didistribusikan dan menarik bagi konsumen. Kemasan yang digunakan harus memenuhi syarat sebagai berikut Kemasan yang digunakan hendaknya tidak merusak produk yang dikemas, harus melindungi produk yang akan dikemas, kemasan aman dan sesuai standar regulasi kemasan, kemasan mudah digunakan. Kemasan yang digunakan harus memiliki label. Label kemasan adalah bagian dari kemasan yang berisi informasi mengenai produk. Label berfungsi untuk menyampaikan identitas produk, informasi penting, serta sebagai alat komunikasi antara produsen dan konsumen.

Berdasarkan permasalahan UMKM Keripik Mamak maka untuk mengatasinya dapat melalui pendekatan *Project-Based Learning* (PBL), kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk melibatkan mahasiswa secara aktif dalam proses perbaikan kemasan, dengan menggabungkan pengetahuan akademik dan praktik langsung di lapangan. Pendekatan ini diharapkan tidak hanya memberi solusi nyata bagi UMKM, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran kontekstual bagi mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam kegiatan ini adalah:

- a. Bagaimana kondisi kemasan produk Keripik Mamak saat ini, dan apa saja kelemahannya dari sisi desain, fungsionalitas, dan daya tarik pasar?
- b. Bagaimana pendekatan *Project-Based Learning* dapat diterapkan dalam merancang dan merealisasikan perbaikan kemasan produk?

Adapun tujuan dari kegiatan ini adalah:

- a. Menganalisis kelemahan kemasan produk Keripik Mamak yang berpengaruh terhadap daya saing.
- b. Merancang dan menerapkan perbaikan kemasan yang lebih menarik, informatif, dan sesuai dengan target pasar.
- c. Mengidentifikasi keberhasilan UMKM Keripik Mamak melakukan pendekatan *Project-Based Learning*.

Beberapa studi terdahulu untuk mendukung relevansi pendekatan ini adalah (Widiati, 2019) mengemukakan bahwa memperbaiki kemasan UMKM terbukti dapat meningkatkan pemasaran, memperluas segmen pasar, serta dapat menaikkan omset penjualan. (Nursaadah et al., 2024) menunjukkan bahwa dengan menggunakan metode *Project-Based Learning* (PBL) dapat membantu UMKM bisa beradaptasi ke dunia digital sehingga mereka dapat bersaing di pasaran. (Andarwangi et al., 2024) Mengemukakan terciptanya desain kemasan produk makanan dapat meningkatkan keuntungan produsen.

Dengan pendekatan ini, diharapkan kegiatan pengabdian dengan pendekatan *Project-Based Learning* (PBL), dapat menyelesaikan permasalahan pada UMKM Keripik Mamak, sehingga permintaan akan produk keripik meningkat.

## 2. METODE

Kegiatan pengabdian dengan pendekatan *Project-Based Learning* (PBL) ini dilakukan pada bulan April-Mei 2025 dengan sasaran UMKM Keripik Mamak yang berada di Kecamatan Sumbawa, Kabupaten Banyuwasin III. Pengambilan data menggunakan data primer dengan melakukan observasi dan wawancara terbuka. Analisis data menggunakan analisis deskriptif. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian terdiri dari 4 tahap kegiatan yaitu;

1. Kunjungan dan observasi kepada UMKM keripik Mamak dengan tujuan mencari tau kendala di UMKM keripik mamak;
2. Perbaikan label kemasan keripik di UMKM keripik mamak;
3. Perbaikan kemasan menggunakan kemasan standing pouch di UMKM Keripik Mamak;

4. Evaluasi keberhasilan label keripik yang telah diperbaharui dan kemasan standing pouch.

Ketercapaian kegiatan berhasil dilakukan ketika label kemasan lebih informatif dan menarik perhatian konsumen sehingga lebih marketable dan keberhasilan dari kemasan standing pouch dinilai dari ketahanan kemasan tersebut menjaga kualitas keripik hingga sampai ketangan konsumen.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui penyebaran ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni, kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui PBL bertujuan untuk menciptakan nilai tambah yang signifikan. Kegiatan pengabdian ini harus terwujud dalam bentuk kemajuan ekonomi, dan perubahan kebijakan yang dapat membawa perubahan jangka pendek atau panjang bagi masyarakat. Kegiatan Problem Based Learning (PBL) yang dilakukan di UMKM Keripik Mamak meliputi beberapa tahapan, yaitu:

#### 3.1. Kunjungan dan Observasi

Kunjungan dan observasi adalah kegiatan awal yang dilakukan oleh Tim PBL. Kegiatan kunjungan awal yang bertujuan untuk menginformasikan dan melakukan observasi kepada pihak UMKM Keripik Mamak mengenai kegiatan PBL yang ingin dilakukan di tempat tersebut. Kunjungan dan observasi awal, seperti wawancara kepada masyarakat akan mendokumentasikan proses identifikasi kebutuhan, memahami konteks masyarakat, dan mengevaluasi potensi yang ada (Afzal & Hussain, 2020). Observasi yang didapat mengenai permasalahan pada kemasan dan label kemasan yang belum marketable. Oleh karena itu, Tim PBL membantu Pihak UMKM Keripik Mamak dalam memperbaiki label kemasan keripik, perbaikan kemasan menggunakan standing pouch sebagai kemasan yang marketable.

#### 3.2. Perbaikan Label kemasan Keripik Mamak

UMKM Keripik Mamak sejak lama menggunakan label kemasan yang tidak informatif dan kurang menarik seperti belum mencantumkan informasi mengenai tanggal kadaluarsa, komposisi bahan, berat total, alamat produksi, dan logo Halal. Hal ini menyebabkan produk kurang menarik. Padahal UMKM Keripik Mamak sudah mempunyai sertifikat Halal. Dari hasil pengamatan yang dilakukan, Tim PBL melaksanakan pendampingan dan memberikan informasi untuk perbaikan label kemasan sehingga lebih menarik, berwarna, dan menjual. Tim PBL melakukan pendampingan dengan berdiskusi bersama pihak UMKM Keripik Mamak mengenai desain kemasan yang diharapkan. Selain itu, juga meminta masukan atau saran dari Tim PBL. Hasil dari perbaikan label kemasan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbedaan label lama dan baru

| Perbaikan                                      | Label Lama  | Label Baru   |
|------------------------------------------------|-------------|--------------|
| Warna desain                                   | Putih, biru | Coklat, krem |
| Tulisan aneka keripik                          | Tidak ada   | Ada          |
| Tulisan keripik mamak                          | Ada         | Ada          |
| Tulisan teman setia saat santai & beraktifitas | Ada         | Tidak ada    |
| Tulisan ngemil yuk                             | Ada         | Tidak ada    |
| Gambar keripik                                 | Tidak ada   | Ada          |
| Gambar orang                                   | Ada         | Ada          |
| Netto                                          | Tidak ada   | Ada          |
| Komposisi                                      | Tidak ada   | Ada          |
| Logo Halal                                     | Tidak ada   | Ada          |
| Alamat                                         | Tidak ada   | Ada          |
| Produsen                                       | Tidak ada   | Ada          |
| No. Hp                                         | Ada         | Ada          |
| Kadaluarsa                                     | Tidak ada   | Ada          |

Label kemasan berfungsi sebagai sarana informasi penting yang diberikan kepada konsumen oleh produsen, seperti informasi mengenai komposisi, tanggal kadaluarsa, petunjuk penggunaan,

informasi nutrisi, halal, dll (Imani et al., 2023). Hasil pendampingan pembuatan desain label kemasan keripik Mamak terdapat pada Gambar 1.



(a)



(b)

Gambar 1. Terlihat Perbedaan dari Label Sebelum (a) dan Sesudah Pendampingan (b).

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Penggunaan label kemasan yang berwarna dapat memberikan kesan yang lebih menarik dan enak di pandang, adanya gambar keripik pada label kemasan memberikan informasi dan ketertarikan konsumen terhadap produk. Selain itu, adanya informasi logo Halal, komposisi, produsen, dan berat dapat memberikan kelayakan produk (Hutauruk et al., 2024).

### 3.3. Perbaikan Kemasan menggunakan Kemasan Standing Pouch

Selama ini UMKM Keripik Mamak menggunakan plastik kemasan biasa. Tim PBL menilai kemasan yang digunakan masih kurang modern dan menjual. Oleh sebab itu dibutuhkan kemasan yang lebih menarik, seperti penggunaan kemasan plastik standing pouch yang terdapat zipper lock (Kusnandar et al., 2021). Dalam produk makanan kemasan yang baik dan menarik akan memberikan perhatian tersendiri dari konsumen untuk membelinya. Tim PBL memberikan rekomendasi penggunaan kemasan plastik standing pouch yang terdapat zipper lock. Berikut Gambar 2 penggunaan kemasan yang marketable kepada UMKM Keripik Mamak oleh Tim PBL.



Gambar 2. Penggunaan Kemasan Marketable

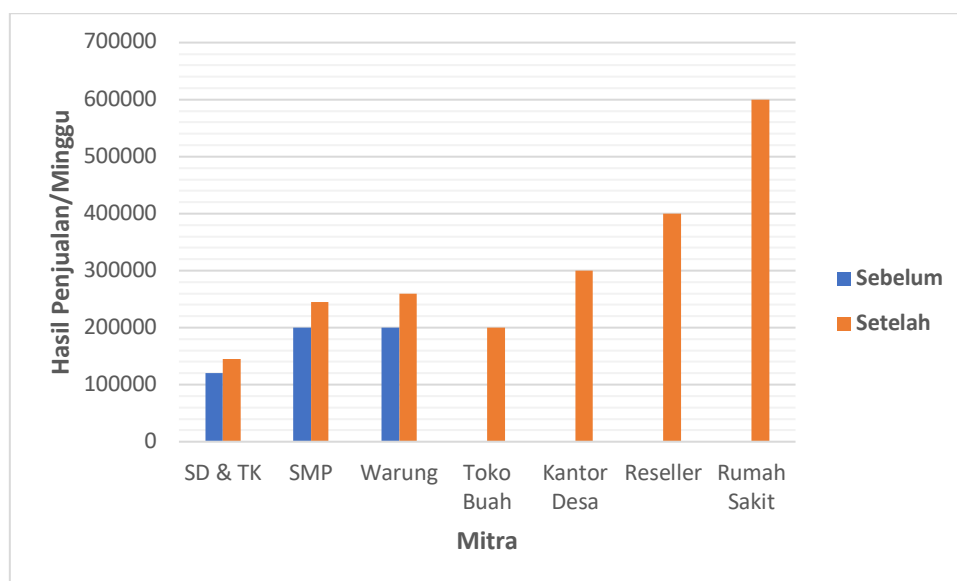
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Kemasan yang di rekomendasikan memiliki beberapa ukuran yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dari UMKM Keripik Mamak. Kemasan plastik standing pouch dipilih untuk keripik karena mempunyai banyak keunggulan, seperti dapat melindungi keripik dari udara dan cahaya, sehingga keripik tetap renyah dan tidak cepat rusak. Bahan kemasan juga anti bocor sehingga minyak dari keripik tidak akan keluar (Resa et al., 2024). Selain itu, kemasan ini praktis untuk digunakan karena bisa berdiri sendiri di rak toko atau di rumah dan terdapat zipper lock yang memudahkan dalam menutupnya kembali setelah dibuka, sehingga keripik tidak mudah melempem. Selain itu, harga kemasan juga termasuk ekonomis, harga 1 Pack plastik standing pouch yaitu Rp. 47.000 isi 50 sehingga harga satu plastik Rp. 940.

### 3.4. Indikator Keberhasilan

Evaluasi keberhasilan dalam penggunaan kemasan standing pouch yang di lengkapi dengan zipper lock serta label kemasan. Dalam penggunaan kemasan standing pouch dan adanya label yang telah di desain ulang dinilai cukup efektif dalam menjaga kualitas keripik dan kemasan yang lebih menarik serta marketable. Untuk kerenyahannya kemasan ini bekerja cukup baik karena sifatnya yang kedap udara, meski setelah 2-3 minggu keripik mungkin mulai kehilangan kerenyahannya sedikit demi sedikit. Dalam hal rasa, kemasan ini berhasil mempertahankan cita rasa asli keripik dengan baik dan mencegah kontaminasi bau dari luar. Selain itu, kemasan ini juga cukup handal mencegah kebocoran minyak dan melindungi dari kelembapan. Sehingga ketahanan produk sekitar 1-3 bulan, tergantung kondisi penyimpanan. Dari sisi kepraktisan, bentuknya yang bisa berdiri sendiri dan dilengkapi zipper lock membuatnya sangat user-friendly.

Hasil penjualan Keripik Mamak dalam satu minggu berdasarkan kerjasama Bersama mitra dengan kategori sebelum dan sesudah perbaikan label kemasan dan penggunaan kemasan standing pouch dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Hasil Penjualan Keripik Mamak dalam Satu Minggu Berdasarkan Mitra dengan Kategori Sebelum dan Sesudah Perbaikan Label Kemasan dan Kemasan Standing Pouch

Pengamatan dalam perbaikan label kemasan dan penggunaan kemasan standing pouch pada Keripik Mamak telah di amati. Hasil yang di dapat berdasarkan grafik menunjukkan adanya peningkatan dalam hasil penjualan keripik per minggu setelah dilakukan perbaikan label kemasan dan penggunaan kemasan standing pouch pada mitra yang sudah ada sebelum perbaikan seperti SD&TK, SMP, dan Warung. Penjualan pada Mitra SD&TK meningkat dari sekitar 120.000 menjadi 145.000, pada Mitra SMP meningkat dari sekitar 200.000 menjadi 245.000, dan pada Mitra Warung meningkat dari sekitar 200.000 menjadi 260.000. Peningkatan penjualan ini mungkin disebabkan

oleh adanya label kemasan baru yang lebih menarik dan informatif, serta penggunaan kemasan standing pouch yang praktis sehingga meningkatkan daya tarik dan minat beli baik di kalangan sekolah ataupun lingkungan masyarakat. Penggunaan kemasan yang menarik secara visual dapat membantu produk lebih menonjol dan menarik perhatian konsumen (Laoli et al., 2024).

Selain itu, adanya perbaikan label kemasan dan penggunaan kemasan standing pouch penjualan keripik semakin meningkat dengan adanya mitra baru seperti Toko Buah, Kantor Desa, Reseller, dan Rumah Sakit. Keripik diterima sebagai produk pelengkap dan dianggap cocok sebagai cemilan dalam rapat kantor. Selain itu, produk keripik di buat dengan kualitas yang baik sehingga para mitra bersedia sebagai mitra Keripik Mamak. Label kemasan mempunyai peranan yang sangat penting dalam keputusan pembelian oleh konsumen karena sebagai indikator mutu suatu produk. Konsumen cenderung akan memilih produk yang memiliki merek yang menyediakan informasi lebih lengkap sehingga membuat konsumen lebih yakin untuk memilih (Syam et al., 2024). Peningkatan ini menunjukkan adanya strategi perbaikan label kemasan dan penggunaan kemasan standing pouch telah efektif dalam menarik perhatian konsumen yang lebih luas dan dapat menciptakan peluang distribusi baru.

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan oleh civitas akademika Politeknik Negeri Sriwijaya meningkatkan pengetahuan kepada UMKM Keripik Mamak. Peningkatan daya saing keripik mamak dengan label kemasan yang lebih menarik, menjual, dan menyajikan informasi yang lebih lengkap. Kemasan *standing pouch* juga meningkatkan daya jual dan kualitas produk sehingga lebih mudah dipasarkan kepada konsumen. Berdasarkan kondisi ini UMKM Keripik Mamak bisa memiliki daya saing yang baik dan dapat memiliki usaha yang berkelanjutan salah satunya dengan bertambahnya mitra usaha penjualan baru seperti seperti Toko Buah, Kantor Desa, Reseller, dan Rumah Sakit.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pihak UMKM Keripik Mamak yang telah memberi kesempatan bagi kami untuk melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afzal, A., & Hussain, N. (2020). The Impact of Community Service Learning on the Social Skills of Students. *Journal of Education and Educational Development*, 7(1), 55–70. <https://doi.org/10.22555/joeed.v7i1.2988>
- Andarwangi, T., Budi Trisnanto, T., Marga Saty, F., Apriani, M., Berliana, D., Desfariyani, R., & Pratiwi, D. (2024). Pengemasan Produk Inovatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Di UMKM Eyek-Eyek Reggae. *Jurnal Abimana*, 1(1), 26–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.25181/abimana.v1i1.3536>
- Hutauruk, F. N., Dewi, K., & Siregar, A. Z. (2024). Pentingnya Pembuatan Kemasan Serta Labeling Home Industri Kue Basah Dan Kue Kering Kecamatan Medan Selayang. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat (Ji-SOMBA)*, 3(2), 52–58. <https://doi.org/http://jurnal.uimedan.ac.id/index.php/Ji-SOMBA>
- Imani, R. D., Sucipto, H., Afridah, N., Syaifulloh, M., & Riono, S. B. (2023). Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Randusanga Wetan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat ITAKARYA*, 1(1), 43–55. <https://doi.org/https://e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITAKARYA>
- Kusnandar, Harisudin, M., Adi, R. K., Qonita, Rr. A., Khomah, I., Riptanti, E. W., & Setyowati, N. (2021). Perbaikan Kemasan sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk UKM Murni Snack. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 320–327. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i2.34958>
- Laoli, H. Y. K., Kurniawan, Y. M., Zai, S., & Zalukhu, Y. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Rifi Gamumu Di CV. Wery



- Group Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 4(3), 1452–1459. <https://doi.org/https://doi.org/10.47709/jebma.v4i3.4710>
- Lubis, P. S. I., & Rofila Salsabila. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 91–110. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i2.716>
- Nursaadah, S., Mashudi, F. A., Silalahi, E. O., & Kuntari, W. (2024). Membangun Bisnis Digital melalui Project-Based Learning: Studi Pengembangan Website Pemesanan Online siMenu. *Switch : Jurnal Sains Dan Teknologi Informasi*, 3(1), 74–83. <https://doi.org/10.62951/switch.v3i1.327>
- Resa, R. V., Hapsari, V. R., Vuspitasari, B. K., & Atlantika, Y. N. (2024). Inovasi Kemasan dan Produk pada Keripik RV. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)*, 7(1), 207–210. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v7i1.1436>
- Setiawardhani, W. O. (2025). Peran Packaging dalam Strategi Marketing Bagi Daya Tarik Beli Konsumen. *KOMUNIKATA57*, 6(1), 152–162. <https://doi.org/10.55122/kom57.v6i1.1888>
- Syam, M. Y., Rimboko, T. S., & Yulianita, T. P. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Aqua Pada Shekar Brillyan Renata (SBR) Mart Di Desa Janju Kecamatan Tanah Grogot. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*, 1(2), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v1i2.60>
- Widiati, A. (2019). Peranan Kemasan (Packaging) dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) di “Mas Pack” Termina Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 8(2), 67. <https://doi.org/https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>
- Wijaya, A. P., Prihandono, D., Sutrasnawati, R. E., Istanti, F., & Febriatmoko, B. (2024). Penguatan pemasaran melalui desain kemasan untuk meningkatkan penjualan abon bonggol pisang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(3), 2796–2803. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jpmb.v8i3.26116>