

Pelatihan Penggunaan Kemasan *Standing Pouch* pada Produk Keripik Pepaya dan Bubuk Rempah-Rempah

Training on the Use of Standing Pouch Packaging for Papaya Chips and Spice Powder Products

Juhariah Asriani Pagala^{1*}, La Rianda¹, Sarinah¹, Dhian Herdhiansyah¹

¹Department of Food Science and Technology, Faculty of Agriculture, University of Halu Oleo
Jl. HEA. Mokodompit, Kampus Hijau Bumi Tridharma, Anduonohu, Kendari, Sulawesi Tenggara

*Email: iyanyanpagala@gmail.com

Received: 07th Mey, 2024; Revision: 24th Mey, 2024; Accepted: 16th June, 2024

Abstrak

Pelatihan penggunaan kemasan standing pouch pada produk keripik pepaya dan bubuk rempah-rempah di Desa Wawohine, Kecamatan Amonggedo, Kabupaten Konawe, Sulawesi Tenggara, bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengemas produk makanan. Pelatihan ini mengadopsi pendekatan partisipatif, melibatkan ibu-ibu rumah tangga secara aktif dalam seluruh proses, mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan, hingga pemasaran produk. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, penyuluhan, dan pendampingan. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebelum pelatihan, 85% peserta tidak mengetahui tentang kemasan standing pouch. Namun, setelah pelatihan, 99% peserta berhasil memahami manfaat kemasan tersebut. Pelatihan ini tidak hanya memberikan wawasan tentang teknik pengemasan yang efektif, tetapi juga strategi pemasaran, sehingga produk dapat bersaing di pasar yang lebih luas. Evaluasi program menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif dan pendampingan yang dilakukan oleh mahasiswa KKN Membangun Desa-MBKM mitra Sintesa berhasil meningkatkan keterlibatan dan keterampilan peserta, serta membuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat desa.

Kata Kunci: pelatihan; kemasan; *standing pouch*; keripik pepaya; bubuk rempah

Abstract

Training on the use of standing pouch packaging for papaya chips and spice powder products in Wawohine Village, Amonggedo District, Konawe Regency, Southeast Sulawesi, aims to increase community knowledge and skills in packaging food products. This training adopts a participatory approach, actively involving housewives in the entire process, from selecting raw materials, processing, to product marketing. The methods used include socialization, counseling and mentoring. The results of the questionnaire showed that before the training, 85% of participants did not know about standing pouch packaging. However, after training, 99% of participants succeeded in understanding the benefits of the packaging. This training not only provides insight into effective packaging techniques, but also marketing strategies, so that products can compete in a wider market. Program evaluation shows that the participatory approach and mentoring carried out by Sintesa's KKN Building Villages-MBKM partner students succeeded in increasing participants' involvement and skills, as well as opening up new economic opportunities for village communities.

Keywords: training; packaging; *standing pouch*; papaya chips; spice powder

PENDAHULUAN

Pertumbuhan perekonomian Indonesia secara makro membawa dampak positif terhadap daya beli konsumen. Pemanfaatan sumber daya alam di setiap daerah harus dilakukan secara optimal dan berkelanjutan, dengan mempertimbangkan karakteristik khusus dari masing-masing wilayah (Herdhiansyah dan Asriani, 2018; Herdhiansyah et al., 2021; Herdhiansyah et al., 2022). Salah satu sektor yang berkembang pesat adalah industri makanan, baik skala kecil maupun besar, dengan berbagai variasi dan derivasi produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Produk yang berkualitas adalah produk yang terjaga mutunya dari proses produksi hingga sampai ke tangan konsumen. Kemasan memainkan peran penting dalam menjaga kualitas produk tersebut. Menurut Kottler dan Armstrong (2012), "*packaging involves designing and producing the container or wrapper for a product,*" yang berarti kemasan melibatkan proses desain dan produksi untuk melindungi produk. Saat ini, kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif, dengan desain kemasan yang dapat menyampaikan pesan produk kepada konsumen dengan tepat.

Kemasan merupakan salah satu strategi produk yang digunakan oleh perusahaan untuk membuat produk terlihat lebih menarik, baik dari segi bentuk maupun warna, sehingga kualitas produk tetap terjaga. Saat ini, banyak perusahaan yang sadar akan pentingnya menciptakan kemasan produk yang menarik. Hal ini disebabkan karena perusahaan menggunakan kemasan tidak hanya untuk melindungi produk, tetapi juga sebagai alat promosi.

Produk-produk yang dipajang di rak-rak supermarket harus dibuat semenarik mungkin agar konsumen tertarik dan memilihnya sebagai barang belanjanya. Semakin banyak tempat belanja yang menerapkan sistem swalayan, maka kemasan menjadi sangat penting bagi produsen maupun konsumen. Bagi konsumen, kemasan yang menarik dan spesifik memudahkan mereka untuk menemukan produk yang diinginkan (Susetyarsi, 2012).

Kemasan makanan berbentuk *standing pouch* berbahan paper metal merupakan jenis kemasan yang populer saat ini. Paper metal adalah bahan yang terdiri dari lapisan kertas dan metalize atau aluminium foil (alufoil). Lapisan metalize berfungsi untuk mencegah cairan dan

minyak menembus permukaan luar kemasan serta melindungi produk dari kelembaban, udara, bau, cahaya, dan mikroorganisme, sehingga sangat cocok untuk mengemas produk makanan.

Lapisan kertas pada bagian luar memungkinkan pencetakan merek dengan kualitas warna penuh yang baik dan performa yang menarik. Kemasan *standing pouch* berbahan paper metal sedang tren di kalangan UKM karena desainnya yang menarik untuk mengemas produk-produk mereka, terutama makanan kecil seperti keripik, manisan, asinan, kuaci, roti kering, dodol, dan lain sebagainya (Widyamurti, 2018).

Kegiatan pelatihan ini mengadopsi pendekatan partisipatif, di mana para ibu-ibu dilibatkan secara aktif dalam seluruh proses pelatihan, mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan, hingga pemasaran produk. Metode ini diyakini dapat meningkatkan rasa memiliki dan keberlanjutan usaha yang dirintis. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan tentang penggunaan kemasan *standing pouch* pada produk keripik pepaya dan bubuk rempah-rempah.

METODE

Pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode (a) sosialisasi, (b) penyuluhan, dan (c) pendampingan terhadap mitra. Pendekatan partisipatif diterapkan dalam metode penyuluhan, di mana peserta dilibatkan dari awal hingga akhir program. Metode penyuluhan dimulai dengan pemberian teori pelatihan penggunaan kemasan *standing pouch* pada produk keripik pepaya dan bubuk rempah-rempah di Desa Wawohine kepada peserta, kemudian dilanjutkan dengan praktik. Metode pendampingan melibatkan mahasiswa, yang berperan aktif untuk memastikan komunikasi yang baik dengan masyarakat.

Pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat ini terbagi menjadi empat tahapan. Tahap pertama adalah persiapan, yang mencakup sosialisasi dengan mitra dan penentuan jumlah peserta. Tahap kedua adalah penyusunan bahan, di mana materi pelatihan serta alat dan bahan yang akan digunakan dalam program disiapkan. Tahap ketiga adalah pelatihan dan pendampingan. Masalah yang dihadapi adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat di Desa Wawohine dalam memanfaatkan dan mengembangkan produksi

tepung sagu menjadi produk olahan yang memiliki nilai ekonomi. Metode pelaksanaan kegiatan pelatihan ini dilakukan melalui penyuluhan dan pelatihan kepada ibu-ibu rumah tangga di Desa Wawohine, Kecamatan Amonggedo, Kabupaten Konawe, Sulawesi Tenggara agar mereka dapat memanfaatkan produk hasil pertanian.

Pelatihan ini dilaksanakan oleh sekelompok mahasiswa KKN Membangun Desa-MBKM mitra Sintesa yang berada di beberapa desa di Kecamatan Amonggedo, Kabupaten Konawe, Sulawesi Tenggara. Tujuan dari pelatihan ini adalah meningkatkan pendapatan ibu-ibu dasawisma melalui pelatihan penggunaan kemasan standing pouch pada produk keripik pepaya dan bubuk rempah-rempah di Desa Wawohine, Kecamatan Amonggedo, Kabupaten Konawe, Sulawesi Tenggara.

Tahapan dalam pelatihan terdiri dari: (1) penjelasan singkat mengenai manfaat dari produk yang akan diolah dalam bentuk ceramah; (2) praktik pembuatan produk keripik pepaya dan bubuk rempah-rempah; dan (3) praktik cara pengemasan yang baik dan benar. Tahap terakhir adalah finalisasi dan validasi hasil, yang bertujuan untuk mengukur tingkat ketercapaian program dan semua luaran yang ditargetkan. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui beberapa metode, yaitu pemberian tes untuk melihat tingkat kapasitas mitra petani dan monitoring kegiatan pelatihan penggunaan kemasan standing pouch pada produk keripik pepaya dan bubuk rempah-rempah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan penggunaan kemasan standing pouch pada produk keripik pepaya di Desa Wawohine, Kecamatan Amonggedo, Kabupaten Konawe, Sulawesi Tenggara, telah dilaksanakan dengan baik. Para peserta, terutama ibu-ibu rumah tangga, mendapatkan pengetahuan yang mendalam tentang pentingnya kemasan dalam menjaga kualitas produk. Mereka belajar cara memilih bahan baku yang tepat, proses pengolahan yang higienis, hingga teknik pengemasan yang benar. Praktik langsung dalam menggunakan kemasan standing pouch pada produk keripik pepaya membantu peserta memahami langkah-langkah pengemasan yang efektif dan efisien.

Selama pelatihan, peserta mempraktikkan pembuatan keripik pepaya, dimulai dari

pemilihan pepaya yang sesuai, pengolahan, hingga proses penggorengan. Peserta juga dilatih cara menggunakan kemasan standing pouch, yang meliputi pengisian keripik, pengaturan volume yang tepat, dan penyegelan kemasan agar tetap kedap udara. Peserta diberi wawasan tentang pentingnya desain kemasan yang menarik untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar. Mereka mempelajari cara mencetak merek dengan kualitas warna penuh pada lapisan kertas kemasan standing pouch. Diskusi tentang berbagai desain kemasan yang menarik dan efektif untuk pemasaran juga dilakukan, sehingga peserta mendapatkan ide-ide kreatif untuk kemasan produk mereka.

Pendekatan partisipatif yang melibatkan peserta secara aktif dari awal hingga akhir program terbukti efektif. Para ibu-ibu merasa lebih terlibat dan memiliki rasa kepemilikan terhadap produk yang mereka hasilkan. Keterlibatan mahasiswa sebagai pendamping juga memberikan dampak positif dalam memastikan komunikasi yang baik dan mendukung peserta selama pelatihan.

Dengan menggunakan kemasan standing pouch berbahan paper metal, produk keripik pepaya menjadi lebih menarik dan terlindungi dengan baik. Hal ini dapat meningkatkan daya saing produk di pasar, baik lokal maupun lebih luas. Kemasan yang baik juga membantu mempertahankan kualitas keripik pepaya dari pengaruh kelembaban, udara, dan mikroorganisme, sehingga produk tetap segar lebih lama.

Pelatihan ini membuka peluang ekonomi bagi masyarakat Desa Wawohine, khususnya bagi ibu-ibu rumah tangga. Dengan keterampilan baru yang mereka peroleh, mereka dapat mengembangkan usaha kecil-kecilan dalam produksi dan pemasaran keripik pepaya. Penggunaan kemasan standing pouch yang menarik juga memungkinkan produk mereka untuk bersaing di pasar yang lebih besar, meningkatkan potensi pendapatan keluarga.

Salah satu tantangan yang dihadapi adalah kurangnya pengalaman awal peserta dalam penggunaan kemasan standing pouch. Namun, melalui praktik langsung dan pendampingan, peserta dapat mengatasi kesulitan ini. Tantangan lain adalah memastikan kesinambungan usaha setelah pelatihan berakhir. Oleh karena itu, penting untuk terus memberikan pendampingan dan bimbingan pasca-pelatihan agar usaha yang dirintis dapat bertahan dan berkembang.

Secara keseluruhan, pelatihan penggunaan kemasan *standing pouch* pada produk keripik pepaya dan bubuk rempah-rempa di Desa Wawohine berjalan dengan baik dan memberikan manfaat nyata bagi peserta. Dengan pengetahuan dan keterampilan baru yang mereka peroleh, diharapkan usaha kecil mereka dapat berkembang dan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian keluarga dan desa. Pelatihan penggunaan kemasan *standing pouch* pada produk keripik pepaya dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pelatihan penggunaan kemasan *standing pouch* pada produk keripik pepaya

Desain kemasan tidak bisa lepas dari estetika, estetika lahir dari pewarnaan, informasi dan fakta produk, hal tersebut dibuat untuk memenangkan hati konsumen ketika akan memilih suatu produk. Kemasan melindungi produk yang akan dijual, tetapi seiring dengan berkembangnya jaman dan perubahan gaya hidup, kemasan menjual produk yang dilindungi dengan kata lain kemasan sudah menjadi *silent seller*. Kemasan sendiri saat ini sudah berkembang dengan alternative beberapa pilihan material diantaranya plastic, aluminium foil hingga kertas daur ulang, setiap dari bahan tersebut mempunyai fungsi dan peran masing-masing tergantung dari jenis produk yang dilindunginya. Pada kemasan keripik pepaya menggunakan kemasan *Standing Pouch*

Aluminium yang didesain sangat detail agar terlihat menarik oleh konsumen. Desain dari kemasan keripik pepaya dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Desain dan kemasan keripik pepaya

Bentuk kemasan menggambarkan ukuran produk yang dikemas di dalamnya. Konsumen menggunakan bentuk sebagai persepsi dalam menentukan isi atau ukuran berat produk di dalamnya. Beberapa kemasan dibuat lebih besar yang biasanya terdapat pada makanan kering, kemasan tersebut dibuat agar lebih menarik persepsi calon pembeli untuk dibandingkan produk kompetitor.

Kemasan (*packaging*) adalah kegiatan-kegiatan yang bersifat umum dan perencanaan barang yang melibatkan penentuan bentuk atau desain pembuatan bungkus atau kemasan suatu barang. Jadi dapat dikatakan bahwa kemasan adalah suatu kegiatan merancang dan memproduksi bungkus suatu produk yang meliputi desain bungkus dan pembuatan bungkus produk tersebut. Perancangan dan pengembangan terhadap kemasan sangatlah penting untuk meningkatkan daya tarik terhadap konsumen agar lebih tertarik untuk membeli. Perancangan dan pengembangan terhadap kemasan bisa dilakukan berdasarkan kreatifitas produsen atau pun dari keinginan konsumen. Salah satu metode yang dapat dilakukan untuk melakukan pengembangan terhadap kemasan bubuk rempah-rempah (Fatimahhayati *et al.* 2019).

Desain kemasan adalah visual perwajahan, bentuk, bahan, dan pencitraan yang ingin ditampilkan pada sebuah kemasan untuk meningkatkan performa produk. Bagi produk, kemasan bukan sekedar sebagai pembungkus semata, tetapi berperan juga sebagai alat bantu pemasaran, pencitraan produk, menampilkan identitas, legalitas, dan sebagai sumber informasi

produk kepada konsumen. Pada era ini, produk dibeli tidak sekedar berdasarkan fungsi kemanfaatannya saja (functional benefit), akan tetapi juga dibeli atas alasan fungsi emosionalnya (emotional benefit). Pelatihan penggunaan kemasan *standing pouch* pada bubuk rempah-rempah dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Pelatihan penggunaan kemasan *standing pouch* pada bubuk rempah-rempah



Gambar 4. Kemasan bubuk rempah-rempah

Tabel 1. Kegiatan Pre Tes dan Post Tes

| No | Pertanyaan | Pre Test | | Post Test | |
|----|--|----------|-------|-----------|-------|
| | | Ya | Tidak | Ya | Tidak |
| 1 | Saya pernah mendengar tentang kemasan <i>standing pouch</i> | 10% | 75% | 95% | 5% |
| 2 | Saya pernah melakukan pengemasan menggunakan <i>standing pouch</i> | 35% | 65% | 100% | - |
| 3 | Saya pernah coba melakukan pengemasan | 45% | 55% | 100% | - |
| 4 | Saya tahu manfaat pengemasan | 5% | 95% | 100% | - |
| 5 | Saya memiliki ide mengkreasikan kripik papaya dan bubuk rempah-rempah digunakan pengemasan | 15% | 85% | 95% | 5% |
| 6 | Saya tahu menarik konsumen dengan menggunakan kemasan | 20% | 80% | 100% | - |
| 7 | Saya berfikir untuk melakukan pengemasan dengan produk yang akan dibuat | 10% | 90% | 100% | - |

Berdasarkan hasil kuesioner sebelum pelatihan dan pendampingan, tercatat bahwa 85% peserta tidak mengetahui tentang kemasan

standing pouch. Namun, setelah pelatihan di Desa Wawohine, terjadi perubahan signifikan. Hanya 1% peserta yang masih tidak memahami tentang pengemasan dan manfaat *standing pouch* pada produk kripik pepaya dan bubuk rempah-rempah, sementara 99% peserta telah berhasil memahami manfaat dari kemasan produk tersebut.

Dalam desain kemasan, informasi tentang segala hal yang perlu diketahui konsumen tercantum pada kemasan, diantaranya:

1. Brand Name/Logo/Merek Dagang
2. Nama Produk yang didesain dengan tipografi yang menarik, ukuran besar, dan warna yang kontras.
3. Kategori Produk yang penulisan dan pencantumannya disertakan dalam satu desain dengan Nama Produk atau terpisah dalam bentuk kalimat tersendiri.
4. Ilustrasi sebagai image utama yang digunakan dalam desain kemasan yang memberikan gambaran atas produk yang dikemas didalamnya.
5. Background/Gambar Latar menunjukkan ilustrasi yang memperkuat penampilan kemasan. Penggunaannya bisa full pada seluruh bagian kemasan atau pada sebagiannya saja.
6. Logo Halal berupa sertifikasi Halal MUI sebagai legalitas kehalalan suatu produk oleh Pemerintah atau legalitas dari lembaga lain yang terkait.

7. Informasi Berat Kotor, Berat Bersih, Isi Kotor, Isi Bersih produk.

8. Identitas Produsen dan Distributor yang diwujudkan dengan alamat lengkap hingga ruang layanan konsumen.
9. Komposisi Produk berupa informasi tentang susunan bahan baku produk dan sifatnya wajib untuk produk pangan.
10. BPPOM sebagai izin tertinggi di Indonesia yang harus dan wajib dimiliki setiap produk obat-obatan, kosmetik, suplemen makanan, dan jamu yang beredar secara bebas.
11. PIRT, MD, ML, SP; PIRT sebagai ijin produksi untuk produk skala rumahan. MD adalah ijin produksi industri besar skala lokal. Kode MD untuk masing-masing produk akan berbeda jika diproduksi pada daerah/wilayah yang berbeda. ML adalah ijin produksi industri besar untuk produk impor, baik berupa kemasan langsung maupun dikemas ulang. SP adalah sertifikat penyuluhan untuk usaha kecil dengan modal terbatas yang sudah mengikuti penyuluhan Dinas Kesehatan di tingkat kabupaten/kota.
12. Informasi Nilai Gizi atau nutrition facts sebagai syarat utama pada produk pangan dalam kemasan.
13. Kode Produksi dan Masa Kadaluausa sebagai penetapan waktu minimal dan maksimal yang dianjurkan untuk suatu produk dapat disimpan, dimana kualitas yang ditetapkan dapat diterima pada kondisi distribusi, penyimpanan, dan penjualan.
14. Barcode atau radio frequency identification (RFID) merupakan gambar kode yang mengandung informasi dan ditempelkan pada kemasan produk yang dapat dipindai secara elektronik. Barcode berisi kode informasi berupa nomor produk, nomor seri, dan nomor batch.
15. Cara Pengolahan/ Penyajian Produk yang ditampilkan dengan sekedar kalimat instruksi atau dilengkapi dengan gambar langkah-langkah pengolahannya. Informasi ini dilayout pada bagian sisi samping atau belakang kemasan.
16. Logo SNI yang ditetapkan oleh Badan Standarisasi Nasional (BSN) yang berlaku secara nasional. Pencantuman logo SNI harus mempunyai sertifikasi SNI dari BSN.
- 17) Notifikasi Kosmetika BPOM RI, Simbol dan Kode untuk produk obat-obatan.
- 18) dan informasi lain pada kemasan yang diwujudkan dalam simbol-simbol khusus.

Oleh karena itu pada pembuatan produk dengan kemasan memerlukan Informasi yang tercantum bisa dalam bentuk elemen verbal,

elemen visual, maupun dalam bentuk invisible element. Elemen desain tidak hanya berfungsi sebagai identitas dan informasi produk saja, akan tetapi juga berfungsi sebagai legalitas dan alat kontrol bagi pemerintah untuk melakukan pengawasan atas peredaran produk tersebut di pasaran.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil pemberdayaan masyarakat yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pelatihan penggunaan kemasan *standing pouch* pada produk keripik pepaya dan bumbu rempah-rempah di Desa Wawohine yang dilakukan Mahasiswa KKN Membangun Desa-MBKM bertujuan untuk meningkatkan kemajuan pertanian di desa-desa yang berada di Kecamatan Amonggedo dan Sekitarnya sehingga dapat meningkatkan pengetahuan para ibu-ibu desa wisma dalam pelatihan penggunaan kemasan *standing pouch* pada produk keripik pepaya dan bumbu rempah-rempah di Desa Wawohine.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada LPPM Universitas Halu Oleo Kendari, Sintesa, dan Kepala Desa Wawohine, Kec. Amonggedo, Kab. Konawe atas kontribusi yang sangat berarti dalam kesuksesan penyelenggaraan kegiatan KKN Membangun Desa-MBKM terkhusus dalam kegiatan pelatihan penggunaan kemasan *standing pouch* pada produk keripik pepaya dan bumbu rempah-rempah.

Daftar Pustaka

- Herdhiansyah, Dhian, Asriani. (2018). Strategi Pengembangan Agroindustri Komoditas Kakao di Kabupaten Kolaka – Sulawesi Tenggara Jurnal Agroindustri Halal 4 (1): 30-41.
doi: <http://dx.doi.org/10.30997/jah.v4i1.1124>.
- Herdhiansyah, Dhian, Sudarmi, Sakir, & Asriani. (2021). Analisis Faktor Prioritas

Pengembangan Komoditas Perkebunan Unggulan dengan Metode AHP (Analytical Hierarchy Process) Method. Lampung Agricultural Engineering Journal, 10 (2): 239-251. doi: <http://dx.doi.org/10.23960/jtep-1.v10i2.239-251>.

Herdhiansyah, Dhian, Sudarmi, Sakir, Asriani, dan La Ode Midi. (2022). Analytical hierarchy process (AHP) in Expert Choice for determining superior plantation commodities: A case in East Kolaka Regency, Indonesia. *Songklanakarinn Journal of Science and Technology*, 44 (4): 923 – 926.

Mufreni, A. N. (2016). Pengaruh desain produk, bentuk kemasan dan bahan kemasan terhadap minat beli konsumen (studi kasus teh hijau serbuk tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2): 48-54.

Susetyarsi, T. (2012). Kemasan produk ditinjau dari bahan kemasan, bentuk kemasan dan pelabelan pada kemasan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk minuman mizone di kota semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 4,.

Fathimahhayati, L. D., Halim, C. I., & Widada, D. (2019). Perancangan Kemasan Kerupuk Ikan dengan Menggunakan Metode Kansei Engineering. *Jurnal Rekavasi*, 7(2): 47-58.

Widyamurti, N. (2018). Pemasaran pariwisata melalui Kemasan Produk UKM Standing Pouch Berbahan Paper Metal di Era Ekonomi Kreatif. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 1(1).

Rosid, M., & Iftayani, I. (2023). Pengaruh Transparansi Kemasan terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Psychosociopreneur*, 2(1): 15-20.