



Journal Homepage



<https://ejournal.unibabwi.ac.id/index.php/tekiba/index>

**TEKIBA: Jurnal Teknologi dan Pengabdian  
Masyarakat**



Journal Title

## **Optimalisasi Industri Rumah Tangga Dapur Mindul Melalui Inovasi Kemasan dan Label**

Via Lailatur Rizki<sup>1\*\*</sup> 

<sup>1</sup>[vialailaturrizki@gmail.com](mailto:vialailaturrizki@gmail.com)

**\*\*Correspondence Author** : [vialailaturrizki@gmail.com](mailto:vialailaturrizki@gmail.com)

<sup>1</sup>Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang, 67352, Jawa Timur



### **ARTICLE INFO**

### **ABSTRACT**

#### **Article History:**

Revised Date: 28 April 2024

Published Date: 03 Mei 2024

#### **Keywords:**

Innovation, Packaging, and Label

*Fast-growing business for small entrepreneurs such as the household industry must always innovate to boost their ventures. Innovation is done not only through the product, but also through the attractive packaging and labelling of the processed product to give the brand image of the enterprise. This dedication to the Society aims to optimize the household industry of Dapur Mindul through innovation of packaging and labels. This method of dedication is material explanation, discussion, and and labeling training through canva. This dedication activity is carried out with observation, identification of problems, implementation of activities and evaluation. The result of this activity is an increased understanding of the Dapur Mindul household industry regarding the importance of packaging innovation and labels, as well as the use of canva for label design. The outward result of these activities is an attractive packaging adapted to the processing of products, and the mindful kitchen business label to give a brand image or business identity.*

## **1. PENDAHULUAN**

Perkembangan jumlah UMKM utamanya industri rumah tangga terus mengalami perkembangan, baik dari segi produk maupun strategi pemasaran. Strategi pemasaran menjadi kunci yang sangat penting dalam keberhasilan penerimaan produk UMKM dalam kalangan masyarakat (1). Perkembangan UMKM selalu memberikan peningkatan yang positif pada perekonomian rakyat. Perekonomian rakyat perlu ditingkatkan dengan jalan meningkatkan dan memberikan perhatian UMKM yang ada pada industri rumah tangga (2). Salah satu Produk UMKM yang memiliki prospek bagus kedepannya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di

Indonesia adalah UMKM yang bergerak di bidang makanan dan minuman (3). Berdasarkan prospek yang sangat bagus dan munculnya banyak pesaing pada bidang bisnis yang sama maka para pelaku UMKM harus dapat mengoptimalkan daya saing produk, salah satunya dapat dilakukan melalui inovasi dalam kemasan dan label dengan mengikuti perkembangan teknologi untuk melakukan pemasaran. Keberhasilan bisnis tidak hanya fokus pada pengendalian produksi, akan tetapi juga pada manajemen pemasaran. Langkah menghadapi perkembangan saat ini melalui karya yang inovatif dengan fokus ketertarikan dan eye catching di hadapan konsumen (4). Para pelaku UMKM seringkali tidak memperhatikan kekurangan pada produk yang dihasilkannya.

Salah satu faktornya dapat disebabkan oleh kemasan produk yang kurang menarik minat konsumen (5). Hal tersebut tidak terlepas dari peranan sumber daya manusia pelaku usaha. Sumber daya manusia memiliki peranan penting pada setiap aspek organisasi, begitu pula pada aspek usaha. Sumber daya manusia yang dapat memberikan motivasi, mampu membawa usaha yang ditekuni menjadi lebih inovatif dan berkembang (6). Inovasi adalah modifikasi atau penemuan ide untuk perbaikan secara terus-menerus serta pengembangan untuk memenuhi kebutuhan konsumen (7). Inovasi yang diberikan tidak hanya melalui produk yang dihasilkan, tapi juga dapat dilakukan melalui kemasan dan label. Kemasan adalah wadah atau pembungkus bagi produk pangan, kemasan mempunyai peranan penting dalam upaya mempertahankan mutu dan keamanan pangan serta meningkatkan daya tarik produk (8). Sedangkan label pada produk adalah informasi tertulis, gambar, atau tanda yang ditempatkan pada kemasan atau produk itu sendiri yang memberikan informasi tentang produk tersebut. Label pada produk dapat berisi informasi seperti nama produk, merek, produsen, tanggal kadaluarsa, bahan, instruksi penggunaan, bahaya, serta sertifikasi atau label kualitas (9). Label juga sebagai identitas atau ciri usaha agar lebih dikenal oleh pasar dan juga sebagai ciri dari suatu produk usaha.

Usaha Dapur Mindul menjadi salah satu target program pengabdian masyarakat dikarenakan usaha Dapur Mindul dari aspek usaha telah berjalan cukup lama dengan menghasilkan berbagai produk olahan makanan basah maupun kering, dan telah memiliki banyak peminat. Akan tetapi rendahnya wawasan terkait dengan pemanfaatan teknologi baik sebagai media pemasaran maupun inovasi kemasan dan label untuk membuat usaha ini lebih dikenal pangsa pasar sangat minim. Terlebih adanya perkembangan komunikasi, teknologi dan informasi di era digitalisasi saat ini. Tidak adanya perhatian dan pemahaman terkait dengan kemasan dan label pada Dapur Mindul menjadi bagian target program pengabdian pada masyarakat dengan menuju pada sumber daya manusia yang paling utama. Pengasahan keterampilan untuk penggunaan teknologi tidak hanya terkait dengan sebagai media pemasaran tetapi untuk kemasan dan juga label yang

nantinya akan membuat pelatihan untuk desain label pada beberapa produk olahan yang dihasilkan Dapur Mindul melalui canva. Penguatan tersebut juga didasarkan pada implementasi pemasaran dari produk yang dihasilkan untuk peningkatan penjualan karena kesuksesan penjualan suatu produk dapat diperoleh melalui promosi yang efektif yang mempertimbangkan strategi branding dan desain kemasan. Berdasarkan hal tersebut maka dilakukan pemberian materi berdasarkan diskusi terkait dengan optimalisasi industri rumah tangga melalui inovasi kemasan (10).

Program Pengabdian Masyarakat yang akan dilakukan pada industri usaha Dapur Mindul yang berada di desa Sumberejo Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang Jawa Timur dengan dihadiri oleh pemilik dan juga beberapa karyawan. Dapur Mindul memiliki banyak peminat terhadap makanan hasil olahan Dapur Mindul. Aneka macam olahan makanan yang dibuat dengan bahan berkualitas membuat Dapur Mindul unggul, akan tetapi kurangnya pengelolaan dari sumber daya manusia Dapur Mindul sangat kurang hingga operasional usaha tidak dilakukan setiap hari, tidak ada konsistensi terkait dengan pemasaran dan tidak ada label secara spesifik untuk setiap produk olahan yang dihasilkan. Hal ini menyebabkan Dapur Mindul tidak dapat mengikuti trend atau perkembangan bisnis secara pesat terlebih pemasaran lewat jejaring sosial media. Untuk dapat unggul dalam persaingan, pelaku UMKM perlu berbenah dalam mengelola kemasan produk yang dihasilkan agar lebih menarik minat konsumen, dan tampilan luar yang berupa pencantuman label dari kemasan menjadi hal penting bagi konsumen **Amilia**.

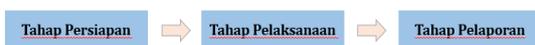


**Gambar 1.** Rumah Produksi Dapur Mindul

Permasalahan yang dihadapi mitra berdasarkan hasil analisis situasi dapat diambil kesimpulan bahwa Dapur Mindul mempunyai permasalahan yaitu, optimalisasi SDM terkait inovasi melalui kemasan dan label sangat minim, SDM belum memiliki keterampilan menggunakan teknologi sebagai media pemasaran, dan SDM belum memahami penggunaan canva sebagai desain kemasan dan label. Berdasarkan permasalahan tersebut maka terdapat solusi yang ditawarkan yaitu melalui, 1. Pemaparan terkait dengan materi optimalisasi SDM melalui inovasi kemasan dan label, 2. Pendampingan pemanfaatan teknologi sebagai media untuk strategi pemasaran, 3. Pelatihan penggunaan canva guna untuk pembuatan label pada beberapa produk guna untuk menarik konsumen dan menyampaikan informasi produk, dan penentuan kemasan untuk menjaga keamanan produk. Adapun luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu berupa jurnal PkM, sosial media Dapur Mindul, serta kemasan dan label dari beberapa produk olahan Dapur Mindul.

## 2. METODE

Kegiatan pelatihan dilakukan di Desa Sumberejo, Kecamatan Sukodono, Kabupaten Lumajang Jawa Timur. Peserta terdiri dari 5 orang. Metode pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan penjelasan materi pentingnya pemasaran melalui sosial media, serta kemasan dan label, diskusi, dan latihan penggunaan aplikasi untuk membuat desain dimana diharapkan pelaku industri usaha Dapur Mindul dapat memahami pentingnya inovasi kemasan dan label untuk menunjang usaha yang dikelola. Tahapan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yaitu:



**Gambar 2.** Tahapan Pengabdian

### a. Tahapan Persiapan

Pada tahap ini, dilakukan identifikasi dan pemetaan kebutuhan industri rumah tangga terkait inovasi kemasan dan label. Langkah awal dilakukan survei dan studi literatur untuk memahami tren pasar terkait media pemasaran, preferensi konsumen, serta teknologi terkini dalam industri kemasan dan label. Selain itu, tahap persiapan ini juga mencakup perencanaan

kerja dan jadwal untuk memastikan kelancaran pelaksanaan pengabdian.

### b. Tahapan Pelaksanaan

Setelah persiapan dilakukan, tahap pelaksanaan dimulai dengan pemberian materi pentingnya media pemasaran serta inovasi melalui kemasan dan label. Kemudian dilanjutkan dengan implementasi strategi inovasi kemasan dan label yang telah dirancang. Adanya kerja sama dengan industri rumah tangga untuk mengidentifikasi produk-produk yang memerlukan perbaikan kemasan dan label. Selanjutnya, dilakukan desain ulang kemasan dan label yang lebih menarik, informatif, dan ramah lingkungan sesuai dengan kebutuhan pasar dan regulasi yang berlaku. Proses produksi dan implementasi kemasan dan label baru juga dilakukan dengan memperhatikan efisiensi dan kualitas. Pelaku usaha Dapur mindul diberikan pendampingan dalam pembuatan kemasan dan label sesuai sampai mampu mengaplikasikan sosial media guna untuk pemasaran dan inovasi desain kemasan dan label.

### c. Tahapan Pelaporan

Tahap terakhir dalam pengabdian adalah pelaporan hasil dan evaluasi. Penyusunan laporan mencakup analisis efektivitas inovasi kemasan dan label terhadap peningkatan daya saing produk industri rumah tangga, respons konsumen, dan dampak lingkungan. Pada tahap ini juga digunakan untuk mengevaluasi pemahaman pelaku usaha terkait proses pendampingan yang dilakukan baik pemanfaatan sosial media sebagai media pemasaran, maupun pembuatan desain kemasan dan label pada produk usahanya. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui Tingkat pemahaman pelaku usaha terhadap pentingnya hal tersebut demi keberlanjutan usahanya.

## 3. HASIL

Adapun hasil pencapaian kegiatan yang dilakukan berdasarkan tahapan yang telah kami lakukan, sebagai berikut.

Pada tahap persiapan berhasil mengidentifikasi beragam kebutuhan industri rumah tangga terkait inovasi kemasan dan label melalui survei mendalam dan analisis literatur, serta dapat menyusun rencana kerja yang terstruktur dan memastikan pemenuhan

kebutuhan terkait dengan pemanfaatan sosial media untuk pasar lebih luas serta kemasan dan label dengan solusi inovatif.



**Gambar 3.** Pemberian Materi

Pada tahap pelaksanaan, kami berhasil menerapkan pentingnya strategi media pemasaran dan inovasi kemasan dan label yang telah dirancang.



**Gambar 4.** Desain Utama Label Dapur Mindul

Desain utama label Dapur Mindul tersebut digunakan pada hampir beberapa produk olahan yang dihasilkan oleh pelaku usaha. Label tersebut telah mencantumkan rumah produksi, sosial media untuk media pemasaran, dan contact person untuk melakukan pemesanan. Sebelumnya tidak terdapat desain secara spesifik hanya menggunakan sticker 'Thankyou'. Desain utama tersebut dapat digunakan untuk semua olahan produk Dapur Mindul. Mengingat banyaknya produk hasil olahan, baik kue kering maupun kue basah. Maka dilakukan beberapa pengambilan sampel pada produk saat produksi.



**Gambar 5.** Desain Utama Label Dapur Mindul



**Gambar 6.** Pemberian Label Pada Kemasan

Melalui kerja sama erat dengan industri rumah tangga, kami melakukan desain ulang kemasan dan label untuk beberapa produk dengan memperhatikan estetika, fungsionalitas, dan keberlanjutan. Penggunaan bahan kemasan terhadap beberapa produk juga menggunakan bahan yang ramah lingkungan.



Sae Greem khas Lumajang merupakan salah satu produk olahan Dapur Mindul dalam kategori kue basah. Kemasan dan label tersebut menjadi satu berupa kotak kue dengan bahan dasar kraft.

**Gambar 7.** Hasil Kemasan dan Label Sae Greem

**Tabel 1.** Beberapa Olahan Kue Basah Dapur Mindul

No	Nama Kue	Harga	Gambar
1.	Banana Milk	Rp 3.500	
2.	Donat	Rp 5.000	
3.	Pie Buah	Rp 3.500	

4.	Sae Greem	Rp 30.000	
5.	Aneka Roti	Rp 100.000	
6.	Custom Kue Tart	Start Rp 150.000	

Berdasarkan table 1. Tersebut masih beberapa produk olahan kue basah dan masih banyak lagi dikarenakan pada saat melaksanakan kegiatan kita hanya melakukan dokumentasi sesuai dengan kue basah yang sedang diproduksi, untuk kue kering Dapur Mindul hanya memproduksi pada saat bulan Ramadhan menjelang Hara Raya Idul Fitri. Kue basah lainnya yang dihasilkan sangat beragam, terdapat banana milk, kue lumpur, pizza, donat dengan aneka toping, roti, kue tart dan masih banyak lainnya. Dapur Mindul ini hanya memproduksi kue basah sesuai dengan pesanan atau melakukan 'open order' sesuai dengan kue yang akan dibuat pada saat itu. Jadi tidak selalu produksi setiap hari.

Pada tahap pelaporan, kami menyusun laporan yang menyajikan hasil dan mengevaluasi hasil dari pengabdian ini. Analisis kami menunjukkan bahwa inovasi kemasan dan label telah memberikan dampak positif terhadap daya

saing produk industri rumah tangga, dengan peningkatan signifikan dalam respons konsumen dan pengurangan dampak lingkungan dari limbah kemasan.

#### 4. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil kegiatan tersebut dapat meningkatkan wawasan para Pelaku Usaha Mikro dan Kecil dalam menghasilkan kualitas serta inovasi melalui optimalisasi industri rumah tangga melalui inovasi kemasan dan label. Desain kemasan dan pemanfaatan teknologi dapat menjadi solusi atas permasalahan yang terjadi. Kemasan yang baik dan unik dapat memperluas target marketing UMKM serta memenuhi standar kualitas sehingga dapat dipasarkan ke marketplace yang lebih besar dan berdampak positif dengan meningkatnya omzet (11). Pada pelaku usaha Dapur Mindul diharapkan dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas guna untuk meningkatkan penjualan melalui media

pemasaran online yaitu sosial media dengan lebih menekankan pada kemasan dan label seperti yang telah ditargetkan. Pemilik usaha kecil atau UMKM seringkali mengabaikan kebutuhan terkait dalam pelabelan dan pengemasan yang baik untuk produk yang mereka gunakan. Para pengusaha kecil seringkali tidak menyadari bahwa banyak konsumen yang lebih mementingkan kemasan yang baik. Oleh sebab itu kemasan pada produk harus menjadi kunci penting dalam strategi pemasaran (12). Kemasan memiliki dua fungsi yaitu melindungi produk yang berada di dalamnya dan menyampaikan beberapa informasi penting (sebagai penjelasan atas yang dimiliki produk (13). Semakin ketatnya persaingan dalam pelaku usaha, salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melalui penyajian produk dalam kemasan yang menarik (14). Strategi packaging menjadi salah satu upaya

untuk menarik pelanggan adalah dari kemasannya, dimana pengemasan merupakan kegiatan merancang dan memproduksi wadah untuk sebuah produk dan pada kemasan perlu adanya pelabelan dimana pelabelan merupakan petunjuk sederhana yang ada pada kemasan produk yang berfungsi sebagai identifikasi produk atau merek, menjelaskan kelas produk, menjelaskan siapa pembuat, dimana dibuat, kapan dibuat, expired date, kandungan, bagaimana digunakan, alat promosi produk (15) Tidak hanya berdasarkan pada hal tersebut para pelaku UMKM juga harus dapat memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan (16).

**Tabel 2.** Perubahan yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian

Kondisi Sebelum	Metode	Kondisi Sesudah
Masih rendahnya kesadaran pelaku usaha pentingnya pemasaran media sosial	Melakukan edukasi dan penambahan wawasan berupa materi pentingnya media sosial	Pelaku usaha menyadari pentingnya media pemasaran dengan mencantumkan dan mengelola sosial media berawal dari akun pribadi, dan dilanjutkan untuk mengambil gambar maupun video pada saat proses produksi untuk keperluan pemasaran.  Media yang digunakan WhatsApp Bussiness dan juga Facebook. Namun pada pemasaran ini perlunya konsistensi dari pemilik Dapur Mindul untuk terus dilakukan.
Minimnya kesadaran pentingnya kemasan dan label	Melakukan pendampingan inovasi kemasan dan label pada pelaku usaha	Pelaku usaha merespon positif untuk kedepannya pada setiap olahan produk terlebih untuk kue kering akan diberikan label yang berbeda dan menunjukkan identitas penjual.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan pengabdian Masyarakat yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut. Pelaku usaha Dapur Mindul dapat memahami pentingnya inovasi kemasan dan label karena pada perkembangan tren saat ini kemasan dan label bukan lagi hanya sebagai penunjang visual atau identitas merek, tetapi juga menjadi alat penting dalam menarik konsumen, menyampaikan informasi produk, serta menjaga keamanan dan keawetan produk.

Adanya pemanfaatan teknologi yang diberikan sebagai bagian dari penggunaan sosial media sebagai media pemasaran melalui inovasi kemasan dan label dapat dipahami dengan baik. Inovasi tersebut, memberikan pengetahuan baru bagi sumber daya manusia Dapur Mindul. Terlebih dalam penentuan kemasan yang dipakai, dan berbagai kemasan yang sesuai, bervariasi dan dapat menarik minat konsumen yang tentunya tidak mengurug fungsi daripada kemasan itu sendiri.

Pemanfaatan terkait dengan sosial media yang digunakan masih terbatas dan belum terlalu meluas, karena kurangnya konsistensi untuk melakukan pemasaran hasil produksi.

Pelatihan terhadap penggunaan media canva dan beberapa aplikasi untuk membuat desain label sesuai yang diinginkan dapat dipahami dan dipraktekkan oleh Dapur Mindul hingga mendapatkan logo yang diinginkan pelaku usaha. Namun terdapat temuan dalam pengabdian optimalisasi industri rumah tangga Dapur Mindul melalui inovasi kemasan dan label ini yaitu usaha yang telah ditekunibertahun-tahun dan memiliki banyak konsumen ini belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), P-IRT dan Sertifikat halal, yang seharusnya dapat dicantumkan pada bagian kemasan dan label. Berdasarkan hal tersebut perlu dilakukan pendampingan dalam pendaftaran NIB, PIRT dan pendaftaran sertifikat halal untuk produk olahan yang dihasilkan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada mitra pengabdian masyarakat yaitu Dapur Mindul yang telah memberikan kontribusi baik atas terlaksananya program pengabdian kepada masyarakat ini.

Terimakasih kepada tim yang terlibat dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, serta. Terimakasih juga kepada Institut Teknologi dan Bisnis yang telah mendukung jalannya program pengabdian kepada masyarakat guna untuk melaksanakan Tri Dharma.

## REFERENSI

1. Maria Angela Diva Vilaningrum Wadyatenti, Fransisca Desiana Pranatasari, Maria Sekar Ayu. Pendampingan Perbaikan Kualitas Kemasan dan Labelisasi Produk demi Optimalisasi Strategi Pemasaran Produk UMKM | Madaniya. 2023 Aug 19 [cited 2024 Mar 27]; Available from: <https://madaniya.biz.id/journals/contents/article/view/507>.
2. Yuliani R. Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan Dan Label Pada Umkm. 2020;2.
3. Irawan F. Pelatihan Branding Dan Packaging Sebagai Strategi Pemasaran Pada Produk Umkm Desa Karangjati, Kecamatan Sampang, Kabupaten Cilacap. Kampelmas [Internet]. 2022 [cited 2024 Mar 27];1(1). Available from: <https://proceedings.uinsaizu.ac.id/index.php/kampelmas/article/view/71>
4. Fardiansyah MI, Sari DA, Firdaus MA, Ulfa VS. Pengembangan Label Kemasan Botol Pada Produk Bubuk Jahe Merah. 2023;6(9).
5. Purwanto H, Sidanti H, Juliyanti W, Azhari IF. Kegiatan Pelatihan Optimalisasi Pemasaran dan Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan pada Home Industri Jeneng Mbah Sumini Kab. Madiun. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa. 2024 Jan 7;1(11):2758–64.
6. Rizki VL, Maidah FA, Putri NLI. Peningkatan Usaha Jamur Tiram Melalui Pendampingan Manajemen Kemasan Produk.
7. Arifudin O, Wahrudin U, Rusmana FD, Tanjung R. Strategi Inovasi Kemasan Dan Perluasan Pemasaran Abon Jantung Pisang Cisaat Makanan Khas Subang Jawa Barat. 2020;3(2).
8. Rahardjo ST. Desain Grafis Kemasan UMKM. Deepublish; 2019. 93 p.
9. Imani RD, Sucipto H, Afridah N, Syaifulloh M. Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah

- (UMKM) Desa Randusanga Wetan. 2023;01(01).
10. Kurniawati DY, Rahmawati F, Danayomi SA, Rosyada IN, Maharani DP, Azka AHN, et al. Optimalisasi UMKM Melalui Edukasi Branding dan Inovasi Packaging di Desa Bandardawung. *SAFARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*. 2024 Mar 15;4(2):24–30.
  11. Qur'ana TW, Sidik A, Noor H, Dharmawati A. Pelatihan Desain Kemasan bagi Pemula pada Pelaku Usaha Mikro dan Kecil Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan. *Jur Abd Masy Ind (JAMSI)*. 2022 Jan 11;2(1):191–8.
  12. Yunita AR. Pelatihan Pengembangan Usaha Melalui Pembaruan Desain Label Kemasan Pada UMKM Kacang Telur di Lappacinrana Kabupaten Sinjai. 2023;1(2).
  13. Vina Syofiyatul Ulfa (first), Mohammad Ilham Fardiansyah, Muhammad Arif Firdaus, Dessy Agustina Sari. Peran Transformasi Kemasan Pada Produk Bubuk Jahe Merah (Botol Ke Standing Pouch) | Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat. 2022 Nov 18 [cited 2024 Mar 26]; Available from: <https://ojs.unida.ac.id/QH/article/view/4890>
  14. Prasetyo J, Debora F, Pupung M, Widodo A. Perbaikan Desain Kemasan Makanan Ringan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD). *JOPT*. 2022 Apr 21;8(1):96.
  15. Yuliani R, Widyakanti W. Pengabdian: Menciptakan Value Added (Nilai Tambah) Kripik Tempe Sagu Melalui Variasi Rasa Dan Inovasi Kemasan. *Kuat: Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*. 2020 Nov 26;2(2):71–6.
  16. Rofiuddin R, Ferdiansyah D, Hs WM, Badriyah N. Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Guna Untuk Meningkatkan Promosi Umkm. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Masyarakat (SENIAS)*. 2022 Dec 12;6(1):76–8.