

**PERBAIKAN KUALITAS KEMASAN PANGAN UNTUK MENINGKATKAN
DAYA SAING PRODUK UMKM DI DESA LINGGARJATI KUNINGAN**

**Slamet Hadi Kusumah^{1*}, Heri Yuliana², Ramdhani Ardiansyah Ahmad¹, Dilla Septiani Cahya¹,
Yopi Nugraha¹, Iin Nur Inayah¹, Siti Nur Hamidah¹, Padli Nur Fitrah¹**

¹Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Teknik, Universitas Islam Al-Ihya, Kuningan 45552, Indonesia

²Jabbar Media Printing, Kuningan 45552, Indonesia

*Email korespondensi: slamet.hadikusumah@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Artikel Masuk: Maret 2026 Artikel Review: Maret 2026 Artikel Revisi: Maret 2026	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pangan memiliki peran strategis dalam perekonomian lokal, namun masih menghadapi kendala dalam aspek kemasan produk yang berdampak pada rendahnya daya saing. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas kemasan produk UMKM melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan di Desa Linggarjati. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dengan tahapan identifikasi masalah, sosialisasi, pelatihan berbasis praktik (<i>learning by doing</i>), serta pendampingan langsung. Hasil kegiatan ini menunjukkan adanya perbaikan dan perubahan kualitas kemasan pangan. Perbaikan terlihat pada aspek desain, fungsi proteksi, dan daya tarik visual kemasan. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman, keterampilan, dan kesadaran pelaku UMKM mengenai pentingnya kemasan sebagai faktor penunjang daya saing produk.
Kata kunci: daya saing produk; kemasan pangan; pelatihan; UMKM	<i>Abstract</i> <i>Food Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in the local economy, but still face challenges in product packaging, which can lead to low competitiveness. This community service activity aims to improve the quality of MSME product packaging through outreach, training, and mentoring in Linggarjati Village. The method used is a participatory approach with stages of problem identification, outreach, practice-based training (learning by doing), and direct mentoring. The results of this activity show improvements and changes in the quality of food packaging. Improvements are seen in the design, protective function, and visual appeal of the packaging. This activity has had a positive impact on increasing the understanding, skills, and awareness of MSME actors regarding the importance of packaging as a supporting factor for product competitiveness.</i>
<i>Keywords:</i> <i>product competitiveness;</i> <i>food packaging; training;</i> <i>MSMEs</i>	

Pendahuluan

UMKM merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam sektor pangan olahan yang berbasis potensi lokal. Di Desa Linggarjati, UMKM pangan berkembang cukup pesat dengan berbagai produk seperti makanan ringan, olahan tradisional, dan produk berbasis hasil pertanian lokal. Meskipun demikian, daya saing produk UMKM tersebut masih relatif rendah, terutama dalam aspek pengemasan produk yang belum memenuhi standar pasar modern. Permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di wilayah tersebut adalah penggunaan kemasan yang masih sederhana, seperti plastik polos tanpa label atau informasi produk yang memadai. Kemasan yang digunakan umumnya belum mencerminkan identitas produk, tidak menarik secara visual, serta belum memenuhi aspek keamanan dan informasi pangan yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Padahal, kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi antara produsen dan konsumen (Hanifawati et al., 2017).

Selain aspek estetika, kemasan pangan juga harus memperhatikan aspek fungsional dan regulasi, seperti penggunaan bahan kemasan yang aman (*food grade*), serta pencantuman informasi produk yang lengkap, termasuk nama produk, komposisi, tanggal kedaluwarsa, dan izin edar (Kusmiyati & Sedijani, 2024). Namun, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM seringkali menjadi kendala dalam penerapan standar kemasan yang baik. Hal ini menunjukkan perlunya intervensi berupa edukasi dan pendampingan yang berkelanjutan. Beberapa studi sebelumnya menunjukkan bahwa program pelatihan dan pendampingan dalam aspek kemasan mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM, baik dari segi pengetahuan maupun keterampilan praktis, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai jual produk (Arisandi & Fitriansyah, 2021; Julyaningsih & Hamdani, 2023; Qolbi et al., 2025). Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan kualitas kemasan pangan menjadi sangat relevan untuk dilakukan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas kemasan produk pangan UMKM di Desa Linggarjati melalui pelatihan dan pendampingan. Diharapkan melalui kegiatan ini, pelaku UMKM dapat memahami pentingnya kemasan yang baik, mampu mendesain kemasan yang menarik dan informatif, serta meningkatkan daya saing produk di pasar.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Linggarjati Kabupaten Kuningan. Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2024 yang mencakup tahap persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan. Mitra dalam kegiatan ini adalah pelaku UMKM pangan di Desa Linggarjati yang bergerak pada berbagai jenis produk olahan, seperti makanan ringan, produk tradisional, dan olahan hasil pertanian lokal. Peserta lainnya yaitu karang taruna, PKK, perangkat desa, dan unsur masyarakat lainnya. Jumlah peserta yang terlibat dalam kegiatan ini sebanyak 45 orang. Karakteristik mitra umumnya merupakan usaha skala rumah tangga dengan keterbatasan dalam aspek desain kemasan, pemilihan bahan kemasan, serta pemahaman terkait informasi label pangan.



Gambar 1. Tahapan kegiatan

Kegiatan ini menggunakan pendekatan partisipatif (*participatory approach*), di mana mitra tidak hanya sebagai objek, tetapi juga sebagai subjek yang terlibat aktif dalam seluruh proses

kegiatan (Kusumah et al., 2023). Selain itu, digunakan metode *learning by doing*, sehingga peserta dapat langsung mempraktikkan materi yang diberikan selama pelatihan dan pendampingan. Tahapan kegiatan meliputi identifikasi permasalahan, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi (Gambar 1). Tahap awal dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara kepada pelaku UMKM untuk mengidentifikasi kondisi awal kemasan produk. Aspek yang dianalisis meliputi jenis bahan kemasan, desain visual, serta kelengkapan informasi label produk. Kegiatan sosialisasi dilakukan untuk memberikan pemahaman awal kepada mitra mengenai pentingnya kemasan pangan, baik dari segi fungsi proteksi, estetika, maupun sebagai media komunikasi produk kepada konsumen. Pelatihan difokuskan pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra terkait kemasan pangan. Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan kepada mitra dalam mendesain ulang kemasan produk masing-masing. Tahap terakhir yaitu evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan kegiatan dari beberapa aspek kualitas kemasan.

Hasil dan Pembahasan

1. Hasil observasi

Kondisi awal pelaku UMKM pangan di Desa Linggarjati menunjukkan bahwa sebagian besar produk masih memiliki keterbatasan dalam aspek kemasan. Berdasarkan hasil observasi lapangan, beberapa pelaku usaha masih menggunakan kemasan sederhana berupa plastik transparan tanpa label, yang hanya berfungsi sebagai pembungkus tanpa mempertimbangkan aspek estetika maupun informasi produk (Tabel 1). Beberapa kemasan yang diamati memiliki kualitas bahan yang tipis, tidak kedap udara, dan mudah rusak, sehingga berpotensi menurunkan mutu produk selama penyimpanan dan distribusi. Selain itu, aspek higienitas juga belum sepenuhnya diperhatikan, di mana masih ditemukan kemasan yang kurang rapi dan tidak tertutup dengan baik. Selain aspek proteksi, kelemahan utama juga terletak pada kelengkapan informasi label. Sebagian besar produk belum mencantumkan informasi penting seperti komposisi bahan, berat bersih, tanggal kedaluwarsa, serta identitas produsen. Hal ini tidak hanya berdampak pada rendahnya kepercayaan konsumen, tetapi juga menjadi kendala dalam pemasaran produk ke pasar yang lebih luas. Produk tanpa label yang memadai cenderung kurang diminati karena tidak memberikan jaminan keamanan dan kualitas kepada konsumen (Kusmiyati & Sedijani, 2024).

Dari aspek visual, desain kemasan yang digunakan masih kurang menarik dan belum mencerminkan identitas produk. Kemasan yang polos tanpa elemen desain seperti logo, warna, dan tipografi yang jelas menyebabkan produk sulit bersaing dengan produk lain yang memiliki tampilan lebih profesional. Padahal, kemasan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi persepsi konsumen dan keputusan pembelian (Hanifawati et al., 2017). Oleh karena itu, kondisi awal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi produk dengan kualitas kemasan yang digunakan. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa keterbatasan tersebut disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain rendahnya pengetahuan tentang kemasan pangan, keterbatasan keterampilan dalam desain label, serta kendala biaya dalam pengadaan kemasan yang lebih baik. Selain itu, sebagian pelaku UMKM masih beranggapan bahwa kemasan bukan merupakan faktor utama dalam penjualan produk. Hal ini menunjukkan perlunya intervensi melalui kegiatan edukasi dan pendampingan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam pengembangan kemasan.

Tabel 1. Kondisi awal kemasan produk

No.	Nama Produk	Jenis kemasan	Kekurangan	Foto
-----	-------------	---------------	------------	------

1	Kremes ubi ungu	Plastik	Tidak terdapat label identitas, seperti : tanggal produksi, tanggal kadaluarsa, tempat produksi	
2	Kremes ubi kuning	Plastik	Tidak terdapat label identitas, seperti : tanggal produksi, tanggal kadaluarsa, tempat produksi	
3	Keripik singkong	Plastik	Tidak terdapat label identitas, seperti : tanggal produksi, tanggal kadaluarsa, tempat produksi	
4	Keripik pisang coklat	Plastik	Tidak terdapat label identitas, seperti : tanggal produksi, tanggal kadaluarsa, tempat produksi.	
5	Rengginang	Plastik	Tidak terdapat label identitas, seperti : tanggal produksi, tanggal kadaluarsa, tempat produksi	
6	Keripik ubi ungu	Plastik	Tidak terdapat label identitas, seperti : tanggal produksi, tanggal kadaluarsa, tempat produksi	

2. Hasil kegiatan sosialisasi

Kegiatan sosialisasi merupakan tahap awal yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya kemasan pangan dalam meningkatkan daya saing produk. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Linggarjati dengan melibatkan pelaku UMKM pangan sebagai peserta utama. Materi yang disampaikan meliputi fungsi kemasan sebagai pelindung produk, media komunikasi, serta alat pemasaran. Kemasan

yang baik tidak hanya menjaga kualitas produk, tetapi juga mampu menarik perhatian konsumen dan membangun citra produk (Putri et al., 2019). Menurut Ropikoh et al., (2024) kemasan berfungsi sebagai pelindung dari bahaya fisik, kimia, dan mikrobiologis yang dapat menyebabkan kerusakan pangan, sehingga menjadi elemen penting dalam sistem keamanan pangan.

Kegiatan sosialisasi ini juga menekankan bahwa kemasan memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya tarik produk dan membangun kepercayaan konsumen. Kemasan yang baik dapat berfungsi sebagai media informasi sekaligus sarana promosi yang mampu memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal ini diperkuat dengan penyampaian contoh perbandingan produk dengan kemasan menarik dan tidak menarik, yang menunjukkan bahwa aspek visual kemasan sangat menentukan persepsi kualitas produk (Iznillillah et al., 2022). Dalam kegiatan ini juga disampaikan aspek regulasi terkait kemasan dan label pangan, termasuk kewajiban pencantuman label sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia, seperti Undang-Undang Pangan dan regulasi dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Peserta diberikan pemahaman bahwa label pangan harus memuat informasi yang benar, jelas, dan tidak menyesatkan, sehingga dapat melindungi konsumen serta meningkatkan kepercayaan terhadap produk. Kegiatan sosialisasi ini berhasil meningkatkan kesadaran peserta mengenai pentingnya kemasan dan label sebagai bagian integral dari strategi pemasaran produk pangan. Hasil ini serupa dengan laporan Wahyu & Munarko (2024) yang ini menunjukkan bahwa sosialisasi atau penyuluhan tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga memotivasi peserta untuk mengembangkan produk mereka lebih lanjut melalui inovasi kemasan.



Gambar 2. Kegiatan sosialisasi

Pelaksanaan sosialisasi dilakukan melalui metode ceramah interaktif, sehingga peserta dapat secara aktif menyampaikan pengalaman dan kendala yang mereka hadapi (Gambar 2). Hasil diskusi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta sebelumnya menganggap kemasan hanya sebagai pembungkus produk, tanpa memperhatikan aspek estetika dan informasi. Setelah kegiatan berlangsung, peserta mulai memahami bahwa kemasan memiliki peran strategis dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, kegiatan sosialisasi juga berfungsi sebagai sarana untuk mengidentifikasi kebutuhan lanjutan peserta. Berdasarkan hasil interaksi, peserta menyatakan kebutuhan akan pelatihan yang lebih teknis, terutama dalam hal desain label dan pemilihan bahan kemasan.

3. Hasil kegiatan pelatihan

Kegiatan pelatihan dilaksanakan sebagai tindak lanjut dari sosialisasi dengan tujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis pelaku UMKM dalam merancang kemasan pangan yang lebih baik. Pelatihan ini dilaksanakan di Desa Linggarjati dengan pendekatan *learning by doing*, sehingga peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga langsung mempraktikkannya. mencakup jenis dan klasifikasi kemasan, pemilihan bahan kemasan (plastik, kertas, kaca, logam), desain kemasan, serta prinsip pemilihan kemasan berdasarkan

karakteristik produk pangan (Manno & Paneo, 2024). Menurut Seftiono et al., (2022) pemilihan jenis kemasan dipengaruhi oleh karakteristik bahan pangan, biaya, dan strategi diferensiasi produk, di mana penggunaan kemasan kaca dapat meningkatkan kesan premium namun menaikkan harga jual, sedangkan kemasan aktif atau cerdas mampu memperpanjang umur simpan tetapi menambah biaya produksi.



Gambat 3. Kegiatan pelatihan

Pada sesi praktik, peserta dilatih untuk menyusun label kemasan sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Gambar 3). Label yang dibuat mencakup informasi penting seperti nama produk, daftar bahan, berat bersih, nama dan alamat produsen, serta tanggal kedaluwarsa. Selain itu, peserta juga diperkenalkan dengan informasi tambahan seperti label halal, nomor izin edar (P-IRT), dan informasi nilai gizi. Penyusunan label ini dilakukan dengan memperhatikan aspek keterbacaan, tata letak, serta penggunaan bahasa Indonesia yang sesuai standar. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan peserta dalam menyusun label yang informatif dan menarik. Sebagian besar peserta mampu mencantumkan informasi penting seperti nama produk, komposisi, dan identitas produsen. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik efektif dalam meningkatkan kapasitas teknis pelaku UMKM. Selain peningkatan keterampilan, pelatihan juga berdampak pada perubahan pola pikir peserta terhadap pentingnya kemasan sebagai bagian dari strategi pemasaran. Peserta mulai menyadari bahwa kemasan yang menarik dapat meningkatkan persepsi kualitas produk di mata konsumen. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa desain kemasan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen (Hanifawati et al., 2017; Putri et al., 2019).

4. Hasil kegiatan pendampingan

Kegiatan pendampingan dilakukan untuk memastikan bahwa hasil pelatihan dapat diimplementasikan secara berkelanjutan oleh pelaku UMKM. Pendampingan dilaksanakan secara langsung di lokasi usaha mitra di Desa Linggarjati, dengan memberikan bimbingan

teknis dalam penerapan desain kemasan yang telah dibuat. Kegiatan ini meliputi revisi desain label, pemilihan bahan kemasan yang sesuai, serta penerapan kemasan baru pada produk. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu mengimplementasikan kemasan baru yang lebih baik dibandingkan sebelumnya. Perubahan yang terlihat meliputi penggunaan kemasan yang lebih kuat dan menarik, serta pencantuman informasi produk yang lebih lengkap (Gambar 4). Pendampingan secara langsung terbukti efektif dalam membantu peserta mengatasi kendala teknis yang tidak dapat diselesaikan hanya melalui pelatihan. Menurut Wahyu & Munarko (2024), pendampingan penyusunan label kemasan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam memasarkan produk mereka. Beberapa peserta mulai mencoba memperluas pemasaran melalui media digital dengan memanfaatkan kemasan baru yang lebih menarik. Hal ini menunjukkan bahwa pendampingan berperan penting dalam memastikan keberlanjutan program dan meningkatkan daya saing produk UMKM secara nyata.



Gambar 4. Hasil perubahan kualitas kemasan produk

Kemasan juga berperan dalam memperluas akses pasar, terutama dalam era pemasaran digital. Produk dengan kemasan yang menarik dan profesional lebih mudah dipasarkan melalui media sosial dan *platform e-commerce* karena memiliki nilai visual yang lebih tinggi. Hal ini penting bagi UMKM yang ingin menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan demikian, kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat strategis dalam pengembangan bisnis dan peningkatan daya saing. Namun demikian, peningkatan kualitas kemasan juga menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan biaya dan kemampuan desain dari pelaku UMKM. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang tepat, seperti penggunaan kemasan yang ekonomis namun tetap menarik, serta pendampingan berkelanjutan dalam desain dan *branding*. Dengan dukungan yang tepat, kemasan dapat menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing produk UMKM secara berkelanjutan.

5. Dampak kegiatan terhadap aspek kualitas kemasan

a. Aspek proteksi dan keamanan produk

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pada aspek proteksi dan keamanan produk, di mana sebagian besar UMKM telah beralih menggunakan kemasan yang lebih kuat, tertutup rapat, dan berbahan *food grade*. Sebelum intervensi, kemasan yang digunakan

cenderung tipis dan tidak kedap udara, sehingga berpotensi menurunkan mutu produk selama penyimpanan dan distribusi. Setelah pelatihan dan pendampingan, penggunaan kemasan seperti *standing pouch* dan kemasan vakum mampu meningkatkan perlindungan terhadap kontaminasi fisik, kimia, dan mikrobiologis. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa kemasan berperan penting dalam menjaga keamanan dan kualitas produk pangan (Yani et al., 2021).

b. Aspek kelengkapan informasi label

Pada aspek kelengkapan informasi label, terjadi peningkatan signifikan setelah kegiatan pengabdian. Sebagian besar produk telah mencantumkan informasi penting seperti nama produk, komposisi, berat bersih, tanggal kedaluwarsa, dan identitas produsen. Sebelumnya, produk UMKM umumnya tidak memiliki label atau hanya mencantumkan informasi yang sangat terbatas. Kelengkapan label ini sangat penting dalam memberikan jaminan keamanan dan transparansi kepada konsumen, serta menjadi syarat utama dalam pemasaran produk di pasar yang lebih luas. Menurut Kusmiyati & Sedijani (2024), label kemasan merupakan elemen penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan nilai tambah produk.

c. Aspek desain dan daya tarik visual

Perbaikan juga terlihat pada aspek desain dan daya tarik visual kemasan. Setelah pelatihan, peserta mulai menerapkan prinsip dasar desain seperti penggunaan warna yang kontras, logo produk, dan tata letak yang lebih terstruktur. Kemasan yang sebelumnya polos dan tidak menarik kini menjadi lebih profesional dan mampu menarik perhatian konsumen. Hal ini penting karena kemasan berfungsi sebagai *silent salesman* yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen secara langsung (Hanifawati et al., 2017). Dengan demikian, peningkatan aspek visual kemasan berkontribusi terhadap peningkatan daya saing produk.

d. Aspek kesesuaian jenis kemasan

Dalam aspek kesesuaian jenis kemasan, terjadi peningkatan dalam pemilihan bahan dan bentuk kemasan yang sesuai dengan karakteristik produk. Produk kering mulai menggunakan kemasan kedap udara, sedangkan produk semi-basah menggunakan kemasan yang lebih kuat dan tidak mudah bocor. Sebelumnya, pemilihan kemasan cenderung tidak mempertimbangkan sifat produk, sehingga berisiko terhadap penurunan kualitas. Pemilihan kemasan yang tepat merupakan faktor penting dalam menjaga mutu produk sekaligus meningkatkan efisiensi distribusi (Manno & Paneo, 2024).

e. Aspek kebersihan dan higienitas

Aspek kebersihan dan higienitas kemasan juga mengalami peningkatan setelah kegiatan pengabdian. Kemasan yang digunakan menjadi lebih bersih, rapi, dan tertutup dengan baik, sehingga mengurangi risiko kontaminasi. Sebelumnya, masih ditemukan kemasan yang kurang higienis, seperti kemasan yang tidak tertutup rapat atau terlihat kotor. Peningkatan ini menunjukkan adanya perubahan perilaku pelaku UMKM dalam memperhatikan aspek keamanan pangan, yang merupakan faktor penting dalam menjaga kualitas produk dan kepercayaan konsumen.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Linggarjati telah berhasil meningkatkan kualitas kemasan produk pangan UMKM melalui pendekatan pelatihan dan pendampingan. Terjadi perbaikan signifikan pada aspek kemasan, meliputi peningkatan penggunaan label produk, kelengkapan informasi, serta desain kemasan yang lebih menarik dan fungsional. Perubahan ini berdampak pada meningkatnya daya tarik produk dan potensi pemasaran UMKM. Dengan demikian, program ini terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dan daya saing produk pangan lokal. Pendampingan lanjutan perlu dilakukan secara berkelanjutan, khususnya dalam aspek *branding* dan pemasaran digital agar dampak program lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisandi, D., & Fitriansyah, A. (2021). Pelatihan Desain dan Kemasan Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Omset UMKM di Kota Batam. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 138–147.
- Halawati, F., Hidayati, R., & Firdaus, D. F. (2024). Pembuatan Pojok Baca Guna Menumbuhkan Minat Baca Di Desa Kancana Kecamatan Cikijing Kabupaten Majalengka. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(01), 16-22.
- Halawati, F., & Nur'Aisah, E. (2025). EDUKASI CUCI TANGAN PAKAI SABUN (CTPS) SEBAGAI UPAYA UNTUK PENINGKATAN PENGETAHUANDAN KESEHATAN SISWA SDN 1 SALAREUMA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 20-25.
- Halawati, F. (2023). Pelatihan Pengolahan Limbah Organik Menjadi Pupuk Kompos di Majalengka. *Pabitara: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 147-157.
- Halawati, F. (2023). Analisis Kemampuan Siswa dalam Menyelesaikan Soal Pemecahan Masalah Matematis. Linear: *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(1), 15-29.
- Halawati, F., & Hidayati, R. (2023). Analisis Kemampuan Koneksi Matematis Ditinjau Dari Kesulitan Siswa Menyelesaikan Soal Matematika Pada Generasi Alpha Di Min 7 Kuningan. *Jurnal Elementaria Edukasia*, 6(4), 1861-1871
- Hanifawati, T., Suryantini, A., & Mulyo, J. H. (2017). Pengaruh Atribut Kemasan Makanan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Pembelian. *Agriekonomika*, 6(9).
- Iznillillah, W., Kardaya, D., & Haris, H. (2022). Pendampingan Desain Kemasan Produk Keripik Moring di UMKM Banjarwangi Bogor. *Jurnal Pangan Halal*, 4(April).
- Julyaningsih, A. H., & Hamdani, I. M. (2023). Sosialisasi Pentingnya Desain Kemasan terhadap Peningkatan Nilai Jual Produk Pangan. *Abdimas Singkerru*, 3(2), 41–47.
- Kusmiyati, & Sedijani, P. (2024). Penyuluhan Pentingnya Membaca Label Kemasan Pangan Untuk Menjaga Gizi Seimbang. *Jurnal Pengabdian Masgister Pendidikan IPN*, 7(2), 725–728. <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/jpmpi.v7i2.8320>
- Kusumah, S. H., Kartika, Hasanah, S. A., Kusumastuti, I., & Priliawati, L. (2023). Pengolahan Ikan Lele sebagai Usaha Peningkatan Kapasitas Kelompok Peternak Ikan Lele dan PKK Desa Cijagamulya Kuningan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 32–40.
- Manno, M. R., & Paneo, M. A. (2024). Pemberdayaan Masyarakat dalam Upaya Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Terkait dengan Jenis Kemasan Pangan yang Aman. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Farmasi: Pharmacare Society*, 3(1), 7–11.
- Putri, S. A., Muttaqien, T. Z., Sufyan, A., & Atamtajani, M. (2019). Desain Kemasan untuk Mendukung Pemasaran Produk Olahan Pangan Kelompok Wanita Tani Kreatif Permata. *Charity Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1).
- Qolbi, S. S., Warsihna, J., & Alrahman, R. (2025). Peningkatan Daya Saing UMKM Opak Melalui Inovasi Rasa dan Kemasan Desa Conggeang Kulon. *Seminar Terbuka Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1166–1176.
- Ropikoh, S., Idris, M., Nuh, G. M., & Zainal, M. (2024). The Development Of Food Product Packaging And Storage Technology. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 6, 30–38.
- Seftiono, H., Wong, A., & Gunawan, I. I. (2022). Pendampingan Regulasi Kemasan Pangan secara Daring bagi UMKM di Desa Wisata Provinsi Bali. *Transformatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 13–21.
- Wahyu, S., & Munarko, H. (2024). Sosialisasi Label dan Kemasan Pangan Kepada UMKM Kerupuk Samiler di Desa Kedungudi Mojokerto. *DIANDRA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 27–32.
- Yani, A. V., Idealistuti, Suyatno, Khotimah, K., Helmizuryani, & Kristiana, Z. (2021). Edukasi Jenis Kemasan yang Aman untuk Pangan bagi Siswa SMP 4 Rantau Panjang Ogan Ilir. *Suluh Abdi: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 1–4.

