

PENINGKATAN POTENSI PENJUALAN MELALUI BRAND IMAGE DAN DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM BINAAN KOPERASI AL- HIJRAH BOGOR

Harimurti Wulandjani¹, Sri
Ambarwati^{2*}, Shinta Budi
Astuti³, Mira Munira⁴, Nadya
Ferisa Putri⁵, Rachel Marsilea
Crenata⁶

^{1,2,3,4,5,6} Fakultas Ekonomi dan
Bisnis, Universitas Pancasila,
Jakarta, Indonesia.

Artikel

Diterima : 21 Januari 2025

Disetujui : 25 Agustus 2025

Terbit : 30 Agustus 2025

*Email :

sriambarwati@univpancasila.ac.id

Abstrak

Pada bulan Agustus 2024, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila, bersama dengan dosen dan mahasiswa, melakukan kegiatan pengabdian di Koperasi KSPPS ALHIJRAH di Desa Babakan Madang, Kecamatan Babakan Madang, Kabupaten Bogor. Metode dalam kegiatan ini memberikan pelatihan dan pendampingan kepada binaan Koperasi KSPPS ALHIJRAH yaitu Kelompok Usaha UMKM Ibu Zubaedah dengan produk rempeyek dan UMKM Bening Food. Pelatihan dilakukan dengan memberikan praktek proses *Packaging*/kemasan produk dan pembukuan sederhana yang dilanjutkan dengan pendampingan. Hasil evaluasi dari kegiatan ini menunjukkan bahwa hasil pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan skor rata-rata pemahaman dan keterampilan peserta dalam pembuatan kemasan produk, dari belum paham menjadi rata-rata skor 3,43 dari 4 pada aspek manfaat, proses, dan kemampuan membuat *Packaging*. Evaluasi pelatihan pembukuan dengan skor 3,52. Peserta merasa sangat puas, karena capaian program dapat terealisasi dengan baik sesuai dengan harapan dan peserta merasa telah terjadi peningkatan wawasan, pengetahuan dan pemahaman tentang penerapan ilmu dan teknologi dalam melakukan pengemasan yang lebih baik dan praktik pembukuan sederhana.

Kata Kunci: Brand Image, Desain kemasan, UMKM, Koperasi AlHijrah

Abstract

In August 2024, the Faculty of Economics and Business, Pancasila University, together with lecturers and students, carried out service activities at the KSPPS ALHIJRAH Cooperative in Babakan Madang Village, Babakan Madang District, Bogor Regency. The method in this activity provides training and assistance to the fostered KSPPS ALHIJRAH Cooperative, namely the MSME Business Group of Mrs. Zubaedah with rempeyek products and Bening Food MSMEs. The training is carried out by providing practical product Packaging and simple bookkeeping followed by mentoring. The results of the evaluation of this activity showed that the results of the pre-test and post-test showed an increase in the average score of participants' understanding and skills in making product Packaging, from not understanding to an average score of 3.43 out of 4 in terms of benefits, processes, and the ability to make Packaging. Participants felt very satisfied, because the achievements of the program could be realized well according to expectations and participants felt that there had been an increase in insight, knowledge and understanding of the application of science and technology in doing better Packaging and simple bookkeeping practices.

Keywords: Brand Image, Packaging Design, SME, Koperasi AlHijrah

PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat dilakukan pada UMKM binaan KSPPS Al- Hijrah yang berlokasi di wilayah Babakan Madang. Secara geografis, Kecamatan Babakan Madang terletak di pinggiran kota Jakarta, di ketinggian 200 hingga 450 meter di atas permukaan laut. Suhuunya adalah 60-80 °F (15-27 °C), dan terletak di sisi barat dan utara Pegunungan Jonggol atau Kawasan Hulu Ci Liwung. Kecamatan Babakan Madang berbatasan dengan Kecamatan Citeureup di sebelah utara, Kecamatan Sukamakmur di sebelah timur, dan Kecamatan Megamendung di sebelah barat.

Dengan mengelola zakat, infak/sedekah, dan wakaf, KSPPS Al-Hijrah adalah badan hukum dari badan usaha koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman, dan pembiayaan sesuai prinsip syariah. KSPPS Al- Hijrah memiliki komitmen untuk memberdayakan usaha mikro dalam bentuk pembiayaan Syariah dengan tujuan usaha mikro dapat mengembangkan usahanya lebih meningkat lagi, atau dapat dikatakan dengan stimulus penambahan modal usaha akan meningkatkan kinerja usaha mikro tersebut.

KSPPS Al-Hijrah membawahi binaan UMKM berjumlah 30 UMKM yang bergerak di berbagai sektor seperti makanan, minuman, pakaian dan jasa. Sektor makanan merupakan UMKM binaan KSPPS Al- Hijrah yang cukup banyak jumlahnya, jenis makanan dari UMKM tersebut berupa makanan ringan, makanan beku, kue-kue tradisional, bakery, dan lain sebagainya. Oleh karena di sector makanan cukup banyak maka KSPPS Al-Hijrah memilih produk makanan yaitu makanan ringan rempeyek dan makanan beku (frozen food) untuk diberikan pembinaan dalam hal *Packaging*. Pemilihan ini dikarenakan suatu kebijaksanaan dari penanggung jawab KSPPS Al-Hijrah dengan pertimbangan permintaan terhadap produk kedua produk tersebut cukup potensial digemari masyarakat/pasar. Beberapa binaan KSPPS Al-Hijrah adalah UMKM rempeyek Ibu Jubaedah dan Snack Ekado UMKM Bening Food Ibu Erna. Kedua produk ini belum memiliki *Packaging* yang layak. Kemasan (*Packaging*) dari produkUMKM tersebut diatas sebagai fungsi melindungi masih kurang, Kemasan masih berupaplastik biasa sehingga produk tidak tahan lama serta kerenyahannya berkurang karena tidak kedap udara, Kemasan (*Packaging*) sebagai fungsi informasi juga belum terlihat jelas karenatidak ada informasi tentang kandungan yang terdapat dalam produk tersebut.Kemasan (*Packaging*) sebagai fungsi identifikasi belum terdapat logo dan nama produk yang jelas, sehingga produk kurang dikenal, serta konsumen jika ingin melakukan pembelian kembali tidak mengetahui nama produknya. Kemasan (*Packaging*) sebagai fungsi penyimpanan masih belum efisien dan efektif, kemasan kurang mudah untuk ditata dengan baik karena bentuk kemasan kaku, jika ditata pada display kurang menarik

Program pengabdian kepada masyarakat memanfaatkan pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan kemasan (*Packaging*) dan pembukuan usaha. *Packaging* adalah salah satu elemen yang dapat membangun citra merek suatu produk. Pada awalnya, *Packaging* hanya berfungsi sebagai wadah atau bungkus yang melindungi produk, tetapi seiring berjalannya waktu, ia harus mampu membuat produk menarik perhatian pembeli.

KAJIAN TEORI

1. Pengemas, juga dikenal sebagai "pengemasan", adalah proses merangkai dan membuat wadah (wadah) atau pembungkus (bungkus) untuk suatu barang. Pembungkus berfungsi sebagai pembawa kepercayaan dan penjual, menjadi penglihatan akhir konsumen (Ali et al., 2015). Kemasan sebagai alat pemasaran memiliki empat tujuan, menurut Kotler (2017).
2. Swalayan (self-service) adalah jumlah produk yang semakin meningkat yang dijual secara swalayan di pasaran dan toko yang memberikan potongan harga. Dalam proses penjualan, kemasan semakin penting. Ini harus menarik, menunjukkan ciri-ciri produk, meyakinkan pelanggan, dan memberikan kesan yang kuat yang mendukung produk.
3. Kemakmuran konsumen, juga dikenal sebagai konsumen offluence, adalah peningkatan jumlah pembeli, yang berarti pembeli bersedia membayar lebih banyak untuk kemudahan, penampilan, ketergantungan, dan prestise dari kemasan yang lebih baik.
4. Citra perusahaan dan merek (perusahaan dan merek citra) adalah perusahaan mengetahui kekuatan yang terkandung dalam kemasan yang dirancang dengan cermat, yang membantu pelanggan mengenali perusahaan atau merek produk dengan lebih cepat.
5. Peluang inovasi adalah ketika kemasan inovatif membantu pelanggan dan produsen.

Produsen dapat memperoleh keuntungan dari pengemasan produk. Salah satu manfaat tersebut adalah sebagai berikut (Ali et al., 2015):

1. Melindungi barang yang dibungkusnya selama proses pemasaran.
2. Memungkinkan pedagang eceran untuk membagi atau memisahkan barang tersebut.
3. Untuk identitas, mudah dikenal karena adanya label atau merek yang tertera pada pembungkus, meningkatkan nilai isinya.

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian yaitu pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi serta keberlanjutan program. Metode pelaksanaan dilakukan beberapa tahapan disesuaikan solusi bidang permasalahan yang akan ditangani. Pelaksana kegiatan ini adalah Tim Dosen FEB UP Tim pengabdian memiliki rekam jejak yang dapat diandalkan dalam memecahkan masalah yang dihadapi oleh mitra. Pada kesempatan ini Tim Dosen FEB UP memberikan bantuan alat alat pencetak packaging untuk dimanfaatkan mengembangkan usaha menjadi usaha pendukung pemanfaatan potensi lokal pada UMKM Rempeyek dan Frozen food.

Tabel 1. Pemateri Tim Dosen FEB UP

No.	Bidang	Metode Pelaksanaan	Peran Anggota
1.	Bidang Produksi Pembuatan Packaging	a. Pelatihan cara proses pembuatan packaging	1. Harimurti Wuladjani 2. Mira Munira 3. Rachel Marsilea Crenata 4. Nadya Ferissa Putri
		b. Praktek pembuatan packaging	1. Mira Munira 2. Rachel Marsilea Crenata 3. Nadya Ferissa Putri
		c. Pendampingan pembuatan packaging	1. Harimurti Wuladjani 2. Rachel Marsilea Crenata 3. Nadya Ferissa Putri
2.	Bidang Manajemen Keuangan	a. Pelatihan pembukuan usaha	1. Shinta Budi Astuti 2. Sri Ambarwati 3. Rachel Marsilea Crenata 4. Nadya Ferissa Putri
		b. Pendampingan pembukuan usaha	1. Shinta Budi Astuti 2. Sri Ambarwati 3. Rachel Marsilea Crenata 4. Nadya Ferissa Putri

Sumber: data diolah oleh penulis, 2024

Mitra berpartisipasi dalam pengabdian mulai dari pelatihan, praktek dan pendampingan. Bentuk partisipasi mitra dalam kegiatan pengabdian mulai dari tahap perencanaan sampai evaluasi dibicarakan dengan pengurus KSPPS Al-Hijrah Keikutsertaan mitra secara sukacita dalam mengikuti rapat penyusunan rencana kegiatan. Partispasi mitra juga menyiapkan fasilitas/sarana prasarana untuk pelatihan dan pendampingan, mengkoordinasikan para peserta untuk aktif dan serius mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat ini. Pendampingan dilakukan secara berkelanjutan sejak pelatihan sampai setelah pelatihan untuk memantau keefektifan kegiatan yang telah dilakukan Mitra juga berpartisipasi dalam penyediaan sarana dan prasarana pelatihan dan praktek, serta bahan baku untuk praktek yang nilainya setara dengan Rp 3.000.000. Disamping itu pengabdian ini juga dibantu pendanaan dari kampus sebesar Rp 5.000.000 untuk biaya pelatihan dan perjalanan.

Target pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah adanya packaging yang menarik, meingkatkan keahlian pembukuan. Untuk menilai keberhasilan target atau tujuan pengabdian akan dilakukan evaluasi pelaksanaan kegiatan. Evaluasi dilakukan dengan memberikan kuesioner dengan jawaban skala linkert sebelum dan sesudah pelatihan. Kegiatan dianggap berhasil atau mencapai target bila jawaban mitra rata- rata meningkat sesudah dibandingkan dengan sebelum kegiatan.

Tabel 2. Problem, Penyelesaian, dan Indikator Capaian

No	Permasalahan	Solusi Permasalahan	Indikator Capaian
1.	Bidang Produksi Pembuatan Packaging yang menarik	- Pelatihan cara proses pembuatan packaging - Praktek pembuatan packaging - Pendampingan pembuatan packaging	Peningkatan Keahlian
2.	Bidang Manajemen Keuangan	- Pelatihan pembukuan usaha - Pendampingan pembukuan usaha	- Peningkatan pengetahuan - Peningkatan Keahlian

Sumber: data diolah oleh penulis, 2024

Waktu dan lokasi Pelaksanaan

Mahasiswa dan dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pancasila Jakarta memberikan pelatihan. desain kemasan, pembuatan kemasan dan pembukuan sederhana kepada UKM Binaan KSPPS Al- Hijrah pada hari Sabtu dan Minggu tanggal 24 dan 25 Agustus 2024 mulai jam 09.00 WIB sd 18.00 WIB. Tempat Penyuluhan kantor Dekopinda Bogor.

Program pengabdian bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keahlian melalui pelatihan., yaitu :

- a. Peningkatan Pengetahuan: Mitra memahami pentingnya kemasan produk dan pembukuan sederhana
- b. Peningkatan Ketrampilan : - Mitra dapat mempraktekkan teknik desain kemasan produk dan membuat kemasan, serta mitra mampu membuat laporan pembukuan sederhana operasional usahanya.

Kegiatan pelatihan packaging dan pelatihan pembukuan sederhana kepada UMKM binaan KSPPS Al-Hijrah Desa Babakan Madang, Sentul dapat dilaksanakan dengan baik dan sesuai dengan perencanaan dan kesepakatan semua pihak. Program pengabdian bertujuan untuk mendorong partisipasi kelompok masyarakat melalui transfer ilmu dan teknologi :

1. Pelatihan cara proses *packaging*
2. Praktek pembuatan *packaging*
3. Pendampingan proses *packaging*
4. Pelatihan pembukuan Usaha
5. Pengemasan
6. Promosi melalui *media social*
7. Pendampingan Pembukuan Usaha

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM rempeyek Ibu Jubaedah dan Snack Ekado UMKM Bening Food Ibu Erna. Kedua produk ini belum memiliki packaging yang layak. Kemasan (packaging) dari produk UMKM tersebut diatas sebagai fungsi melindungi masih kurang, Kemasan masih berupa plastik biasa sehingga produk tidak tahan lama serta kerenyahannya berkurang karena tidak kedap udara, Kemasan (packaging) sebagai fungsi informasi juga belum terlihat jelas karena tidak ada informasi tentang kandungan yang terdapat dalam produk tersebut.

Kemasan (packaging) sebagai fungsi identifikasi belum terdapat logo dan nama produk yang jelas, sehingga produk kurang dikenal, serta konsumen jika ingin melakukan pembelian kembali tidak mengetahui nama produknya. Kemasan (packaging) sebagai fungsi penyimpanan masih belum efisien dan efektif, kemasan kurang mudah untuk ditata dengan baik karena bentuk kemasan kaku, jika ditata pada display kurang menarik. Kemasan dari kedua produk tersebut yaitu sebagai berikut :



Produk Rempeyek UMKM Ibu Jubaedah

Gambar 1. Hasil Produk UMKM Ibu Jubaedah



Hasil Produk UMKM Bening Food

Gambar 2. Hasil Produk UMKM Bening Food

Berdasarkan kedua gambar diatas dapat dilihat bahwa kemasan produk masih sangat sederhana, oleh karena itu sangat diperlukan untuk diberikan suatu pelatihan pembuatan packaging yang menarik

bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pemasaran dan pembuatan kemasan produk camilan rempeyek dan frozen food . Selain itu Kinerja usaha dari UMKM tersebut tidak dapat diukur dengan akurat, dikarenakan UMKM tidak membuat suatu pencatatan keuangan usaha, pencatatan keuangan hanya dilakukan dengan cara perkiraan saja tidak ada bukti yang jelas, uang kas yang diterima dari pembeli tidak ada bukti penerimaan, sedangkan bukti pengeluaran ada sebagian bon dan sebagian lainnya tidak ada bukti. Pencatatan usaha hanya dibuat sangat sederhana pada sebuah buku tulis biasa, bukan pada kertas kerja pembukuan (akuntansi). Target pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah adanya packaging yang menarik, meingkatkan keahlian pembukuan

Hasil dari pengabdian ini, desain kemasan dan kemampuan mitra untuk membuat kemasan ditunjukkan dalam kemasan produk baru ini:



Gambar 3. Kemasan rempeyek Baru



Gambar 4. Kemasan Bening Food Baru

Untuk kemampuan melakukan pembukuan mitra telah mengenal pentingnya pembukuan dan cara-pcara pembukuan sederhana, meliputi pembuatan pencatatan penerimaan dan pengeluaran kas. Untuk menilai keberhasilan target atau tujuan pengabdian akan dilakukan evaluasi pelaksanaan kegiatan. Evaluasi dilakukan dengan memberikan kuesioner dengan jawaban skala linkert sebelum dan sesudah pelatihan. Kegiatan dianggap berhasil atau mencapai target bila jawaban mitra rata- rata meningkat sesudah dibandingkan dengan sebelum kegiatan.

Evaluasi dilakukan pada setiap tahap dari dimulainya sosialisasi, pelatihan sampai pendampingan dengan memberikan pre-test dan post-test untuk memastikan target capaian kegiatan PKM.

Peningkatkan pengetahuan dan keahlian ini akan diukur dengan metode pre test sebelum kegiatan dan post test setelah kegiatan. Kegiatan pengabdian ini akan memenuhi IKU 2 yaitu mahasiswa berkegiatan diluar kampus setara dengan 6 Satuan Kredit Semester (SKS) dan IKU 5 bagi dosen yaitu hasil kerja dosen digunakan oleh masyarakat atau mendapat rekognisi internasional. Evaluasi sangat penting untuk menguji serta mengetahui pemahaman dan peningkatan kemampuan mitra terhadap semua materi dari pelatihan yang telah dilakukan sehingga memberikan dampak yang positif untuk kemajuan usaha mitra. Adapun Iptek yang akan ditransfer kepada mitra adalah Pola pikir berkembang & inovatif membuat packaging yang menarik dan membuat pembukuan untuk usahanya.

Tabel 3. Evaluasi Hasil Pelatihan Packaging (Kemasan)

No	Kuesioner	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Setuju	Sangat Setuju	Rata- rata
		1	2	3	4	
1	Saya mengerti manfaat Packaging produk (K1)			17	5	3,23
2	Saya mengerti langkah-langkah Pembuatan packaging (K2)			12	10	3,46
3	Saya mampu membuat packaging (K3)			9	13	3,59
Rata-rata						3,43

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024.

Tabel 4. Evaluasi Hasil Pelatihan Pembukuan Sederhana

No	Kuesioner	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Setuju	Sangat Setuju	Rata- rata
		1	2	3	4	
1	Saya mengerti manfaat pembukuan usaha (K1)			10	12	3,54
2	Saya mengerti langkah-langkah pembukuan usaha (K2)			11	11	3,5
3	Saya mengerti item-item beban usaha (K3)			9	13	3,59
4	Saya mengetahui unsur -unsur Harta usaha (K4)			12	10	3,45
5	Saya mengetahui unsur -unsur kewajiban usaha (K5)			12	10	3,45
6	Saya mengetahui unsur -unsur modal usaha (K6)			8	14	3,64
Rata-rata						3,52

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024.

SIMPULAN

Kesimpulan

Hasil kegiatan pengabdian yang sudah dilakukan dapat terealisasi dengan baik berkat kerjasama dari semua pihak. Pelaksanaan kegiatan pemulihan mendapatkan respon yang sangat baik sehingga harapannya dapat dilanjutkan untuk kedepannya.

Penerapan teknologi dalam pembuatan kemasan (packaging) tidak hanya memberikan manfaat

langsung bagi mitra, tetapi juga berdampak luas pada masyarakat, ekonomi, dan lingkungan. Peningkatan produktivitas melalui teknologi sederhana, bersama dengan diversifikasi produk dan peningkatan keberlanjutan, memastikan bahwa usaha UMKM Rempeyek Barokah dan Frozen Food , Bening Food terus tumbuh dan memberikan kontribusi positif bagi kesejahteraan anggota binaan KSPPS Al-Hijrah Bogor tapi juga bagi masyarakat serta keberlanjutan lingkungan Babakan Madang, Bogor.

Saran

Camilan rempeyek Barokah merupakan salah satu makanan yg mudah layu (tidak renyah) maka kemasan sangat penting agar kerenyahannya tetap terjaga dan memiliki nilai ekonomi yang tinggi, sedang frozen food Bening merupakan salah satu bahan makanan yg mudah busuk sehingga kemasan yang dapat menjaga produk tahan lama. Diharapkan mitra dapat menerapkan ilmu yang diperoleh ketika pelatihan packaging dan pembukuan sederhana sehingga dapat mengetahui kinerja usahanya.

Rencana tindak lanjut dari kegiatan ini dapat dilakukan dengan melakukan monitoring dan pendampingan berkelanjutan, pelatihan lanjutan untuk digital marketing dan pembukuan berbasis aplikasi, serta fasilitasi akses pasar dan modal usaha. Menyiapkan panduan praktis atau modul sederhana yang bisa dipakai oleh UMKM lain yang ingin belajar secara mandiri.

Mendorong UMKM yang sudah mendapat manfaat dari program ini untuk berbagi pengalaman dengan rekan usaha lainnya, agar pengetahuan dan semangat saling belajar dapat terus tumbuh di komunitas. Dengan cara seperti ini, program yang sudah berjalan bisa berkembang lebih luas dan berdampak nyata, tidak hanya bagi UMKM binaan saat ini, tapi juga bagi UMKM lain di wilayah sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A., Wirth, S., Treitl, K. M., & Treitl, M. (2015). Treatment of male varicoceles by transcatheter polidocanol foam sclerotherapy: evaluation of clinical success, complications, and patients' satisfaction with regard to alternative techniques. *European Radiology*, 25(10). <https://doi.org/10.1007/s00330-015-3684-5>
- Azizah, N., Viatra, A. W., & Patriansah, M. (2024). Packaging Sebagai Media Komunikasi Visual Branding Kerajinan Purun Pedamaran Kepada Generasi Z Di Kota Palembang. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 9(1), 73-90.
- Damayanti, E. (2021). Pengaruh green packaging, green advertising, green perceived value, dan brand image terhadap keputusan pembelian konsumen The Body Shop (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Dirman, A., & Wahyuni, P. D. (2020). Pelatihan Pengembangan Kreasi Dalam Hal Packaging Produk Sebagai Strategi Marketing Pada Usaha Kecil dan Menengah di Kelurahan Kembangan Selatan. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 141-150
- Fujianti, L., & Wulandjani, H. (2019). Peningkatan Keterampilan Akuntansi Berbasis Teknologi Informasi Bagi UMKM Batik Cirebon. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 1(1), 21-27.
- Fujianti, L., Astuti, S. B., & Yasa, R. R. P. (2021). Perhitungan Harga Pokok Produksi (Biaya) Hasil Produk Inovatif UMKM Desa Kemuning Ngargoyoso Jawa Tengah. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 2(2), 89-96.
- Fujianti, L., Gumilarsih, B., Susilawati, S., Masri, I., & Oktrivina, A. (2023). Peningkatan Keahlian Pembukuan Usaha Bagi UMKM Pulau Pramuka Jakarta. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 237-248.
- Fujianti, L., Indriati, P., Prakoso, R., Bangun, A. M., & Khairany, N. (2024). Pelatihan Pembukuan Usaha Bagi UMKM Kuliner Kebun Manggis Jakarta. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 5(2), 241-251

- Fujianti, L., Irvianti, S., & Harisandi, K. (2021). Meningkatkan Keahlian Pembukuan Berbasis Handphone bagi UMKM Posdaya Cempaka. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 3(1), 81- 88
- Fujianti, L., Kariyani, E., Herninta, T., Indupurnahayu, I., & Purwanti, A. (2024). Education On Cash Planning And Recording For Msmes In Kali Tengah Village, Tengah Tani Subdistrict, Cirebon Regency. *Abdi Dosen: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(1),339-349.
- Fujianti, L., Lysandra, S., Astuti, T., & Natalia, S. K. (2022). Pembukuan Berbasis Digital Bagi UMKM Batik Kalitengah Kabupaten Cirebon. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 3(2), 120- 127.
- Fujianti, L., Satria, I., & Lysandra, S. (2024). Pelatihan Pembukuan Usaha Berbasis Aplikasi bagi Pelaku Usaha UMKM di Kecamatan Pamulihan Sumedang. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 37-46.
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers “Pengembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX,”* 9(1).
- Kotler, P. (2017). Philip Kotler: some of my adventures in marketing. *Journal of Historical Research in Marketing*, 9(2). <https://doi.org/10.1108/JHRM-11- 2016-0027>
- Prasaja, M., Susiloningsih, N., Novitasari, R., Andriani, N., & Yunanto, F. (2022). Pelatihan Dan Pendampingan Pembuatan Pembukuan Sederhana Bagi Umkm Desa Blimbing, Kabupaten Kediri. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 834-840.
- Sari, I. G. A. W., & Setiawan, P. Y. (2017). Pengaruh green marketing dan packaging terhadap brand image dan loyalitas pelanggan pada konsumen starbucks coffee. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(7), 250817.
- Trinanda, R., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Green Marketing Dan Packaging Terhadap Brand Image Dan Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Starbucks Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Usman, F. (2023). Pelatihan pengemasan produk (packaging) UMKM di Kabupaten Nunukan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Paguntaka*, 2(1), 52-56.