

SOSIALISASI PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI CORELDRAW UNTUK DESAIN KEMASAN DAN SOSIAL MEDIA MARKETING PADA USAHA ROTI DI KOTA DENPASAR

I. P. Widyarsana¹, P. E. Suhardiyani²

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah jenis kegiatan yang dijalankan dengan skala kecil bukan dari perusahaan. UMKM ini sangat penting dan lebih dimanfaatkan oleh pemerintah untuk mengatasi permasalahan yang terjadi seperti mengurangi tingkat pengangguran yang ada. Dalam UMKM peranan teknologi dalam hal ini menjadi solusi yang sangat di butuhkan dalam hal pemasaran maupun pengembangan inovasi produk. Mitra pengabdian kali ini adalah Ibu Kamaryanti yang menjual aneka roti dan kue. Usaha ini sudah berjalan kurang lebih 3 tahun lamanya. Mitra membuat roti di rumahnya di Kelurahan Peguyangan Kangin Denpasar Utara. Konsumen roti Ibu Kamaryanti berasal dari sekolah-sekolah dan warung/ toko yang tersebar di wilayahnya. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, mitra belum menerapkan pemasaran digital sehingga penjualannya masih dilakukan secara tradisional. Usaha ini dikenal masyarakat melalui pelanggan yang telah membeli produknya dan masyarakat sekitar. Akibatnya, pemasaran skala kecil yang dilakukan menjadi kurang optimal. Dimana realitanya, saat ini para pelaku bisnis UMKM harus bisa tetap *update* dan terus mengikuti perkembangan teknologi dengan menerapkan penjualan online sehingga dapat membantu meningkatkan penjualan usaha roti dan kue Ibu Kamaryanti. Pada usaha ini, mitra juga tidak memiliki desain kemasan pada produknya sebagai wujud identitas produk. Desain kemasan yang menarik, akan membantu pemasaran produk, karena tercantum informasi penting seperti merek usaha, jenis produk, label produk, serta alamat produsen agar pelanggan bisa membedakan *brand* ini dengan *brand* lainnya. Berdasarkan situasi mitra, tim pengusul pengabdian memberikan pelatihan penggunaan aplikasi corelDRAW untuk mendesain kemasan pada usaha mitra. Sedangkan untuk penerapan sosial media marketing dilakukan dengan media Instagram dan Facebook. Luaran dalam pengabdian ini adalah dengan pelatihan ini mitra dapat meningkatkan jumlah penjualan, memperluas wilayah penjualan serta konsumen lebih mudah mengenal produk yang dihasilkan oleh mitra.

Kata kunci: UMKM; Roti; Desain Kemasan; Penjualan Online

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are types of businesses operated on a small scale and not part of a larger corporation. MSMEs play a vital role and are often utilized by the government to address issues such as reducing the unemployment rate. In MSMEs, the role of technology becomes a much-needed solution, particularly in marketing and product innovation development. The partner in this community service project is Mrs. Kamaryanti, who sells a variety of breads and cakes. This

¹ Staf Pengajar Prodi Sistem Informasi Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali 80111 putuwidyarsana@gmail.com

² Staf Pengajar Prodi Sistem Informasi Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali 80111 suhardiyanieny@gmail.com

business has been running for approximately three years. She makes the bread at her home located in Peguyangan Kangin Village, North Denpasar. Her customers include schools and small shops/stalls in the surrounding area. Based on observations and interviews, the partner has not yet implemented digital marketing, so sales are still conducted traditionally. The business is known to the public primarily through previous buyers and the local community. As a result, the small-scale marketing efforts have not been optimal. In reality, today's MSME entrepreneurs must stay updated and continuously adapt to technological developments by implementing online sales, which can help increase the sales of Mrs. Kamaryanti's bread and cake business. Additionally, the partner does not have product packaging design that serves as brand identity. Attractive packaging designs can assist with product marketing because they include important information such as the business name, type of product, product label, and the producer's address, allowing customers to distinguish this brand from others. Based on the partner's situation, the community service team provided training on the use of CorelDRAW software to design product packaging. Meanwhile, the application of social media marketing was carried out using Instagram and Facebook. The expected outcomes of this community service are that the partner can increase sales, expand the sales area, and make it easier for consumers to recognize the products offered.

Keywords: MSMEs, Bread; Packaging Design; Online Sales

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi saat ini sangat pesat. Teknologi informasi adalah teknologi yang digunakan untuk mengolah informasi yaitu mengolah, mengumpulkan, menyusun, menyimpan dan mengolah data dengan berbagai cara untuk menciptakan informasi yang berkualitas tinggi yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu dan untuk kebutuhan pribadi, kebutuhan bisnis. dan kebutuhan pemerintah serta informasi strategis untuk digunakan dalam pengambilan keputusan. Perkembangan teknologi informasi sangat mempengaruhi operasional di berbagai sektor, salah satunya sektor bisnis, sehingga perkembangan bisnis menjadi lebih cepat, mudah, efisien dan efektif. Pemanfaatan teknologi memiliki potensi yang besar bagi perkembangan UKM (Berliana et al., 2020). UMKM memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Sebagian besar pengusaha atau pebisnis mulai memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan usahanya, salah satunya dengan melakukan pemasaran digital melalui internet atau biasa disebut pemasaran digital (Indika & Jovita, 2017). UMKM berperan penting dalam pembangunan ekonomi nasional (Candraningrat et al., 2020). Sebagian besar pengusaha atau pelaku bisnis mulai memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan bisnisnya, salah satunya yaitu melakukan pemasaran menggunakan sosial media. Strategi pemasaran merupakan faktor pendorong keberhasilan perusahaan (Lestari & Elwisam, 2019). Penerapan pemasaran digital memiliki potensi besar untuk meningkatkan penjualan dan membangun branding. Pemasaran dapat dilakukan melalui sosial media untuk memperluas jangkauan pasar. Salah satu sosial media yang umum digunakan adalah Facebook dan Instagram.

Penggunaan aplikasi dalam mendesain nama, spanduk dan kemasan produk juga sangat penting dalam membantu pemasaran produk. Fungsi utama dari nama dan logo kemasan adalah sebagai identitas yang membantu membedakan produk dari merk kompetitor dalam sebuah persaingan bisnis. Selain itu kemasan juga berfungsi sebagai sarana pemasaran karena kemasan dapat menjadi daya tarik yang mampu meningkatkan penjualan suatu produk. Desain kemasan adalah bisnis relatif yang menggabungkan bentuk, struktur, bahan, warna, citra, tipografi, dan elemen desain dengan informasi produk sehingga produk dapat dipasarkan (Hartanto, Yuwono, dan Soewito, 2013). Membranding produk melalui kemasan berarti menyangkut upaya untuk memperkuat citra produk melalui desain kemasan. Desain kemasan yang menarik dapat dibuat dengan berbagai software aplikasi (Agustina, Dwanoko, dan Suprianto, 2021). Aplikasi CorelDraw dapat digunakan untuk mendesain nama, logo serta desain kemasan. CorelDRAW adalah perangkat lunak desain vektor yang memungkinkan pengguna membuat gambar dengan resolusi tinggi yang dapat diubah ukurannya tanpa kehilangan kualitas. Hal ini sangat penting untuk pembuatan logo, ilustrasi,

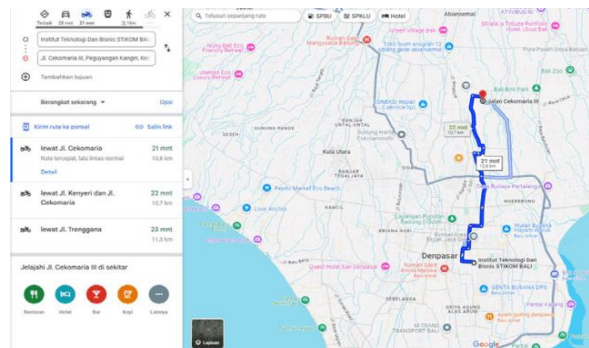
dan materi promosi (Siska, Hasriani, Lidia, dan Yasin, 2022).

Mitra pengabdian adalah Ibu Kamaryanti yang menjual dan menerima pesanan aneka roti dan kue. Usaha ini sudah berjalan kurang lebih 3 tahun lamanya. Mitra membuat roti dan kue di rumahnya di Kelurahan Peguyangan Kangin Kecamatan Denpasar Utara. Konsumen roti dan kue Ibu Karmayanti berasal dari sekolah-sekolah dan warung/ toko yang tersebar di wilayahnya. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, mitra belum menerapkan pemasaran digital sehingga pemasarannya masih dilakukan secara tradisional. Usaha ini dikenal masyarakat melalui pelanggan yang telah membeli produknya dan masyarakat sekitar. Akibatnya, pemasaran skala kecil yang dilakukan menjadi kurang optimal. Dimana realitanya, saat ini para pelaku bisnis khususnya UMKM harus bisa tetap *update* dengan terus mengikuti perkembangan teknologi informasi dengan menerapkan penjualan online atau melalui media sosial. Melalui pemasaran online diharapkan dapat membantu meningkatkan penjualan usaha roti dan kue Ibu Kamaryanti. Calon konsumen dapat mencari informasi dengan lebih mudah tanpa harus menempuh jarak jauh untuk menjangkau usaha roti dan kue Ibu Kamaryanti. Kegiatan pemasaran di Internet juga lebih efisien dan efektif daripada pemasaran langsung, seperti membuka toko atau mengikuti pameran dagang. Selain itu, langkah-langkah pemasaran *online* tidak memerlukan banyak waktu, tenaga, dan materi sehingga lebih mudah diterapkan. Pada usaha ini, mitra juga tidak memiliki desain kemasan pada produknya sebagai wujud identitas produk. Dengan menggunakan desain kemasan yang menarik, maka akan membantu pemasaran produk, karena dalam desain kemasan tersebut tercantum informasi penting seperti merek usaha, jenis produk, label produk, *expired date*, serta alamat dan keterangan produsen agar pelanggan bisa membedakan *brand* ini dengan *brand* lainnya. Berdasarkan situasi mitra, tim pengusul pengabdian memiliki rencana untuk memberikan pelatihan penggunaan aplikasi corelDRAW untuk desain kemasan dan sosial media marketing pada usaha mitra tersebut. Pelatihan penggunaan aplikasi corelDRAW dilakukan untuk mendesain nama, logo, serta desain kemasan yang menarik. Sedangkan untuk penerapan sosial media marketing dilakukan dengan memasukkan nama usaha, logo, dan jenis-jenis produk yang dipasarkan oleh mitra ke dalam Facebook, dan Instagram. Luaran dalam pengabdian ini adalah publikasi ilmiah pada Jurnal Pengabdian Informatika (JUPITA) dan dengan pelatihan ini mitra dapat meningkatkan jumlah penjualan dan memperluas wilayah penjualan serta konsumen lebih mudah mengenal produk yang dihasilkan oleh mitra.

Berdasarkan analisa situasi maka didapatkan bahwa permasalahan mitra adalah mitra tidak memiliki nama logo, spanduk serta desain kemasan pada produknya sehingga produk belum memiliki *branding*. Desain kemasan adalah identitas visual sebuah brand dalam rangka membangun persepsi positif tentang produk serta mitra tidak menggunakan teknologi untuk memasarkan produknya, hanya mengandalkan pemasaran langsung secara tradisional, sehingga produk hanya dikenal oleh sebagian orang yang berada disekitar lingkungan usaha, belum sampai menjangkau masyarakat luas.

2. METODE PELAKSANAAN

Mitra berlokasi di Jalan Cekomaria, Perumahan Kedua Permai Blok. I No. 6 BR/ LINK Cengkilung Kelurahan Peguyangan Kangin, Kecamatan Denpasar Utara. Jarak lokasi Mitra dengan ITB STIKOM Bali adalah 12 KM yang ditempuh dengan waktu kurang lebih 50 menit menggunakan kendaraan roda empat.



Gambar 1. Lokasi Mitra

Rencana kegiatan untuk PKM ini dimulai dari sosialisasi kegiatan terhadap mitra mengenai kegiatan yang akan dilakukan, informasi dan manfaat kegiatan ini. Setelah sosialisasi maka untuk tahap berikutnya adalah mendiskusikan nama usaha untuk mitra, dan pelatihan penggunaan aplikasi CorelDRAW untuk mendesain nama, logo, dan kemasan produk. Desain kemasan dibuat sebagai identitas visual sebuah brand dalam rangka membangun persepsi positif tentang produk. Dilanjutkan dengan pelatihan sosial media marketing seperti *Facebook*, *Instagram* dan pembuatan konten digital. Pelatihan sosial media marketing ini dilakukan guna menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat dan memperluas wilayah penjualan. Tahap terakhir adalah evaluasi hasil kegiatan yang sudah dilakukan untuk mengetahui pemahaman mitra dalam penggunaan aplikasi CorelDRAW sehingga dapat menciptakan desain kemasan yang efektif, efisien dan dapat menarik minat pelanggan terhadap produk yang dipasarkan serta peningkatan kemampuan mitra dalam menggunakan sosial media marketing dalam mempromosikan produknya sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran. Semua Kegiatan akan dilakukan secara offline dengan mengunjungi mitra langsung di lokasi usaha mitra.



Gambar 2. Rencana Kegiatan

Partisipasi mitra dalam PKM ini adalah mitra berperan aktif untuk mengikuti pelatihan penggunaan aplikasi corelDRAW untuk mendesain nama, logo dan kemasan produk yang efektif dan efisien serta mengikuti pelatihan penggunaan sosial media marketing untuk mempromosikan dan menjual produk (*Facebook* dan *Instagram*) pada usaha mitra serta memberikan evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilakukan.

Para pengusul akan melakukan evaluasi dengan cara mengambil kesimpulan melalui wawancara langsung terhadap mitra untuk mengetahui apakah kegiatan ini sudah dipahami dan bermanfaat bagi mitra. Evaluasi juga dilakukan dengan melihat penambahan konsumen yang mengetahui keberadaan produk mitra melalui sosial media. Keberlanjutan program PKM ini adalah mitra akan menggunakan aplikasi corelDRAW untuk mendesain kemasan produk-produk yang akan dihasilkan oleh mitra dan mitra akan menggunakan sosial media berupa *Facebook* maupun *Instagram* untuk menjual dan mempromosikan produknya sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan produk dan memperluas jaringan penjualan.

Tim pelaksana PKM ITB Stikom Bali mampu menyelesaikan program pengabdian ini dengan baik karena didukung oleh SDM berkualifikasi dalam bidang teknik, dan informatika. Dengan ragam disiplin ini diharapkan pelaksanaan kegiatan menjadi lebih lancar dan mampu mencapai sasaran.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian yang dilakukan kepada pemilik usaha/ mitra yaitu kegiatan sosialisasi pelatihan penggunaan aplikasi CorelDraw untuk desain kemasan. Jadwal kegiatan pertama yaitu memberikan penjelasan mengenai branding usaha mitra kemudian dilanjutkan dengan mendiskusikan mengenai nama usaha, desain spanduk, serta dilanjutkan dengan pembuatan desain tersebut menggunakan CorelDraw dan disepakati oleh mitra yang dapat dilihat pada tabel 1. Sedangkan jadwal kegiatan lanjutan yaitu memberikan pelatihan desain kemasan roti menggunakan CorelDraw meliputi memberikan pemahaman pentingnya desain kemasan yang menarik yang menarik sehingga dapat membantu pemasaran produk, memberikan penjelasan tutorial membuat desain kemasan menggunakan CorelDraw, dilanjutkan dengan pelatihan desain kemasan roti dapat dilihat pada tabel 2:

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Pembuatan Desain Spanduk Usaha Mitra

No.	Waktu Kegiatan	Nama Kegiatan
1	13.00 Wita	Sesi Perkenalan
2	14.00 Wita	Penjelasan branding usaha mitra
3	15.00 Wita	Diskusi Nama Usaha Mitra
4	16.00 Wita	Pembuatan Desain Spanduk
5	18.00 Wita	Penutupan Kegiatan

Tabel 2. Jadwal Kegiatan Pelatihan Mendesain Kemasan

No.	Waktu Kegiatan	Nama Kegiatan
1	13.00 Wita	Penjelasan pentingnya desain kemasan yang menarik
2	14.00 Wita	Penjelasan tutorial membuat desain kemasan menggunakan CorelDraw
3	16.00 Wita	Pelatihan desain kemasan roti menggunakan CorelDraw
4	18.00 Wita	Penutupan Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam dua hari yaitu pada hari pertama dimulai dengan sosialisasi kegiatan dan memperkenalkan tim pengabdian dan menjelaskan kegiatan yang akan dilakukan. Pemberi materi dalam kegiatan ini adalah I Putu Widyarsna, S.T., M.T., CST dan dibantu oleh Putu Eny Suhardiyani, ST., MT. Kegiatan pertama adalah menjelaskan pentingnya memasarkan produk atau layanan jasa milik mitra, agar konsumen lebih mengenal nama perusahaan ataupun produk yang dihasilkan oleh mitra. Mitra diberikan pengertian mengapa usaha harus memiliki nama, spanduk serta logo sebagai identitas/ ciri khas roti yang dibuat oleh mitra. Kegiatan berikutnya adalah diskusi nama usaha bersama dengan mitra. Nama usaha yang disepakati adalah “Adhika Roti”. Kata Adhika adalah nama anak laki-laki dari Ibu Kamaryanti yang berarti lebih banyak, dan berlimpah. Diharapkan usaha roti ini memiliki banyak pelanggan dan mempunyai keuntungan yang berlimpah. Kegiatan dilanjutkan dengan pembuatan desain spanduk usaha dan logo usaha. Desain spanduk dan logo dibuat dengan memanfaatkan aplikasi *CorelDraw*. Mitra juga dilibatkan dalam pembuatan desain spanduk dan logo sehingga desain spanduk dan logo yang dibuat sesuai dengan keinginan mitra.



Gambar 3. Pelatihan Membuat Desain Nama Logo dan Spanduk Usaha Mitra

Kegiatan pengabdian ini dilanjutkan dengan sesi penjelasan pentingnya desain kemasan yang menarik sehingga mitra dapat meningkatkan penjualan, memperkuat identitas brand, menampilkan informasi penting mengenai produk, seperti merek, tanggal kadaluarsa, dan instruksi penggunaan, serta produk dengan desain yang baik seringkali dianggap lebih bernilai dan berkualitas tinggi oleh konsumen. Selain itu, kemasan yang baik dapat melindungi produk ketika dikirim dari produsen sampai ke tangan konsumen. Maka dari itu, dengan menggunakan desain kemasan yang menarik, maka akan membantu pemasaran produk karena dalam desain kemasan tersebut tercantum informasi penting seperti merek bisnis, jenis produk, label produk, expired date, komposisi bahan, serta alamat dan keterangan produsen. Pemberi materi dalam kegiatan ini adalah I Putu Widyarsana, ST., MT., CST dan dibantu oleh Putu Eny Suhardiyan, ST., MT. serta 2 mahasiswa. Kegiatan berikutnya adalah memulai pelatihan desain kemasan roti menggunakan CorelDraw. Adapun langkah-langkah dasar yang diterapkan saat memulai pelatihan yaitu memahami produk dan target pasar, menentukan informasi penting yang harus ada, memilih warna, font, dan gambar, serta membuat desain yang sederhana dan fungsional. Adapun beberapa hal yang perlu diperhatikan saat mendesain kemasan produk yaitu efektivitas, desain ergonomis, mudah dikenali, faktor keindahan (*artwork*), faktor informasi dan promosi.



Gambar 4. Memberikan Pelatihan Membuat Desain Kemasan

Kegiatan pengabdian dilanjutkan dengan menjelaskan pentingnya *digital marketing* sebagai alternatif penjualan yang lebih praktis. Mitra diberikan pengertian mengapa usaha harus memiliki *digital marketing* untuk memperluas pasar mitra. Kegiatan kedua adalah pelatihan dan penerapan sosial media melalui Instagram dan Facebook. Mitra diarahkan untuk membuat akun toko dengan menggunakan sosial media. Kegiatan terakhir adalah penutupan berupa evaluasi dan wawancara selama kegiatan.

Tabel 3. Jadwal Kegiatan *Digital Marketing*

No.	Waktu Kegiatan	Nama Kegiatan
1	13.00 Wita	Sesi Perkenalan
2	13.30 Wita	Penjelasan <i>Digital Marketing</i>
3	14.00 Wita	Pelatihan Pembuatan akun Facebook dan Instagram
4	16.00 Wita	Penutupan

Kegiatan pengabdian ini dimulai dengan sesi perkenalan yaitu memperkenalkan tim pengabdian dan apa saja kegiatan yang akan dilakukan. Pemberi materi dalam kegiatan ini adalah Putu Eny Suhardiyani, ST., MT dan dibantu oleh I Putu Widyarsna, S.T., M.T., CST dan 2 orang mahasiswa. Kegiatan pertama adalah menjelaskan pentingnya *digital marketing* sebagai alternatif penjualan yang lebih praktis. Mitra diberikan pengertian mengapa usaha harus memiliki *digital marketing* untuk memperluas pasar mitra. Kegiatan kedua adalah pelatihan dan penerapan sosial media melalui Instagram dan Facebook. Mitra diarahkan untuk membuat akun toko dengan menggunakan sosial media. Kegiatan terakhir adalah penutupan berupa evaluasi dan wawancara selama kegiatan.



Gambar 5. Membuat Akun Sosial Media Instagram dan Facebook

4. LUARAN KEGIATAN

Luaran kegiatan yang dicapai dari kegiatan pengabdian masyarakat ini sebagai berikut:

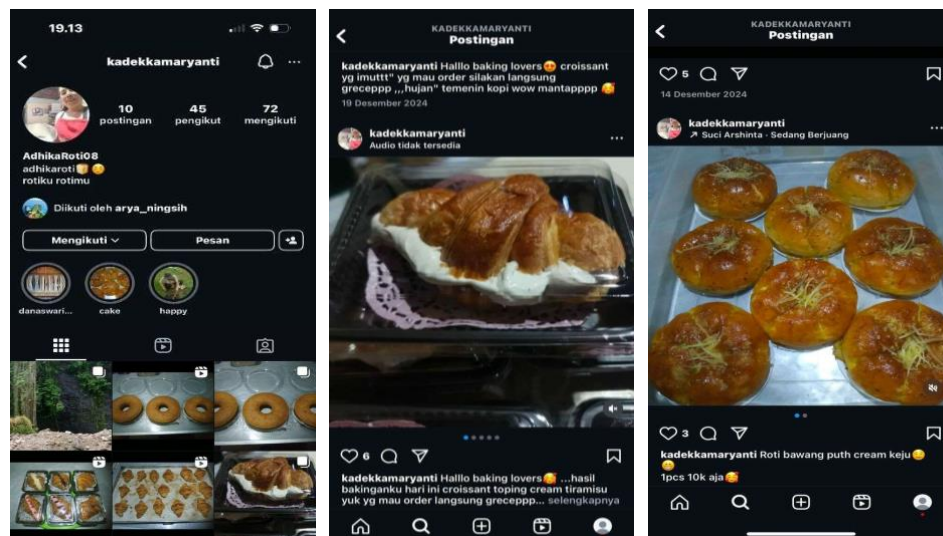
1. Bagi peserta, luaran yang dicapai yaitu pemahaman tentang penggunaan aplikasi CorelDRAW dalam mendesain spanduk dan kemasan roti sebagai upaya membranding produk serta memahami pentingnya desain kemasan sebagai identitas/ ciri khas dari usaha yang dijalankan agar dapat meningkatkan penjualan.
2. Luaran kegiatan lainnya adalah penggunaan sosial media Instagram dan Facebook pada usaha mitra sebagai upaya untuk mempromosikan usaha Adhika Roti agar lebih banyak dikenal oleh masyarakat.
3. Bagi tim pengabdian, luaran yang dicapai adalah terlaksananya pengabdian masyarakat berupa sosialisasi pelatihan penggunaan aplikasi CorelDraw untuk desain kemasan roti dan penggunaan sosial media marketing pada usaha Adhika Roti sehingga diharapkan mampu meningkatkan jumlah konsumen dan memperluas jaringan pemasaran produk yang dihasilkan oleh mitra.



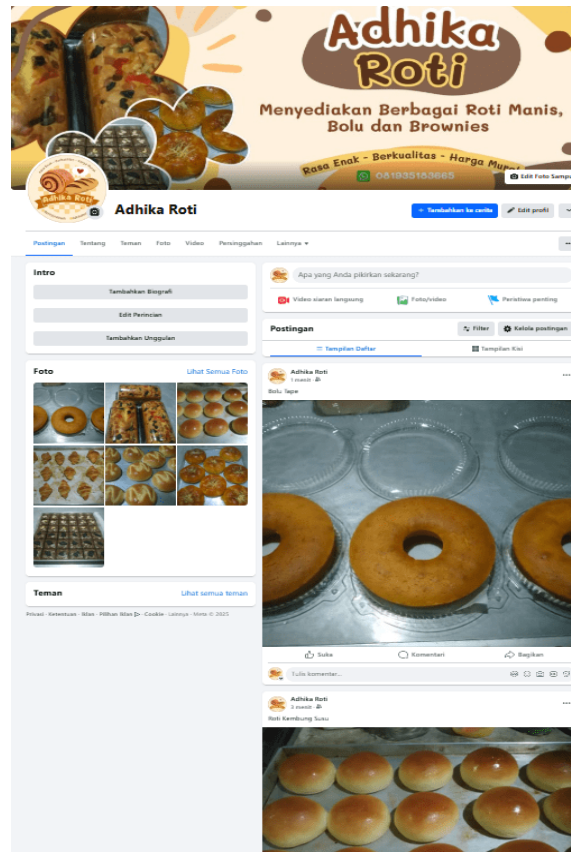
Gambar 6. Desain Nama dan Spanduk Usaha Mitra



Gambar 7. Desain Kemasan Roti



Gambar 8. Iklan Akun di Instagram



Gambar 9. Iklan Akun di Facebook

5. EVALUASI KEGIATAN

Dalam kegiatan ini dilakukan evaluasi dari hasil pelatihan yang telah diberikan. Teknik evaluasi yang diberikan adalah dengan melakukan wawancara terhadap mitra, dimana kuisioner yang disebarkan bersifat terbuka yaitu mitra memberikan ulasan dan tanggapan hasil dari kegiatan yang telah dilakukan. Peserta menilai bahwa pelatihan ini sangat berguna dan membantu dalam mempromosikan usaha mitra serta memudahkan mitra dalam melakukan desain kemasan terhadap produk yang dijual sehingga produk memiliki branding dan ciri khas tersendiri pada kemasan produknya.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan didapatkan kesimpulan bahwa kegiatan berjalan lancar, mitra dapat memahami materi yang telah diberikan yaitu membuat desain nama, logo, spanduk, dan desain kemasan roti usaha mitra dengan menggunakan *CorelDraw*. Mitra juga dengan mudah memahami penggunaan aplikasi *CorelDraw* untuk membantu dalam membuat desain kemasan yang menarik. Mitra juga sudah bisa menggunakan sosial media Instagram dan Facebook dalam mempromosikan usahanya sehingga Adhika Roti kedepannya lebih banyak dikenal oleh masyarakat serta dapat membangun kemitraan. Mitra merasa materi yang disampaikan sangat bermanfaat untuk usaha mereka.

Program PKM ini dapat dikembangkan lagi dengan melakukan pelatihan kepada mitra agar usaha mitra dapat masuk ke dalam platform website toko jual beli online.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih saya sampaikan kepada Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali karena sudah membantu dalam memfasilitasi kegiatan pengabdian masyarakat ini. Ucapan terimakasih kepada mitra Ibu Kamaryanti karena telah memberikan kesempatan kepada kami untuk bisa melakukan kegiatan PKM ini hingga dapat terlaksana dengan baik sesuai dengan jadwal yang direncanakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., Dwanoko, Y. S., & Suprianto, D., Pelatihan Desain Logo dan Kemasan Produk UMKM Di Wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang, *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks SOLIDITAS*, 69- 76., 2021.
- Berliana et al., Pengaruh Teknologi Informasi Revolusi Industri 4.0 terhadap Perkembangan UMKM Sektor Industri Pengolahan, *JURNAL MATRIX*, VOL. 10, NO. 3, 88., 2020.
- Candraningrat et al., Pembuatan Digital Marketing dan Marketing Channel untuk UKM PJ Collection. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM17)* Vol. 05, No. 01, 82., 2020.
- Hartanto, S., Yuwono, E. C., & Soewito, B. M., Perancangan Desain Kemasan Produk Homemade Pie "391" Surabaya. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(6)., 2013.
- Indika, D. R., & Jovita, C., Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan* Vol. 01 No. 01, 25- 28., 2017.
- Lestari, R., & Elwisam., Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif dan Orientasi Pasar untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* Vol.4, No.2, 279., 2019.
- Siska, D., Hasriani, M., Lidia, A., & Yasin, M., Pelatihan Desain Label Produk UMKM Strawberry Berbasis Coreldraw. *Jurnal Mengabdi Dari Hati*, 1(2), 99–104., 2022.