



## **Pelatihan Pembuatan Kemasan Melalui Media Canva untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk pada Pokja II TP PKK Kecamatan se-Kabupaten Gresik**

**Marisyah Mahdia Khoirina<sup>1✉</sup>, Alfina<sup>2</sup>, Tyas Ajeng Nastiti<sup>3</sup>, Aldila Caesarina<sup>4</sup>, Fahmi Abdillah Fahrur Rahman<sup>5</sup>**

Manajemen, Universitas Internasional Semen Indonesia, Indonesia<sup>1,2,4</sup>

Desain Komunikasi Visual, Universitas Internasional Semen Indonesia, Indonesia<sup>3,5</sup>

E-mail : [marisyah.khoirina@uisi.ac.id](mailto:marisyah.khoirina@uisi.ac.id)<sup>1</sup>, [alfina@uisi.ac.id](mailto:alfina@uisi.ac.id)<sup>2</sup>, [tyas.nastiti@uisi.ac.id](mailto:tyas.nastiti@uisi.ac.id)<sup>3</sup>,  
[aldila.caesarina19@student.uisi.ac.id](mailto:aldila.caesarina19@student.uisi.ac.id)<sup>4</sup>, [fahmi.rahman20@student.uisi.ac.id](mailto:fahmi.rahman20@student.uisi.ac.id)<sup>5</sup>

### **Abstrak**

Salah satu permasalahan yang terjadi di Kabupaten Gresik adalah minimnya pengetahuan terkait kemasan produk dan digitalisasi pemasaran yang terjadi pada pelaku UMKM. Diketahui bahwa hal tersebut juga terjadi pada para pelaku usaha yang tergabung dalam anggota PKK Kabupaten Gresik. Adapun yang menjadi keresahannya adalah ketidaktahuan pembuatan kemasan dan label produk untuk menarik minat para konsumen serta cara memasarkan hasil produk tersebut. Untuk itu, dalam upaya pemberdayaan wanita pada Ibu-ibu PKK Kabupaten Gresik, penulis melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yang dikemas dalam bentuk pelatihan dengan topik optimalisasi kemasan dan digitalisasi pemasaran. Adapun tujuan yang ingin dicapai adalah untuk meningkatkan pengetahuan terkait penggunaan teknologi dalam membuat kemasan dan pemasaran produk. Metode yang digunakan dalam kegiatan tersebut adalah FGD (*Forum Grup Discussion*), ceramah dan diskusi, serta pelatihan secara langsung. Dengan adanya pelatihan tersebut diharapkan mampu menjadi langkah awal sebagai solusi atas keresahan yang dialami oleh Ibu-Ibu PKK Kabupaten Gresik. Untuk itu, setelah mengikuti pelatihan tersebut, para peserta dapat mengaplikasikan secara langsung terkait pembuatan kemasan untuk meningkatkan nilai jual produk dan memasarkan hasil produk tersebut.

**Kata kunci:** UMKM, pelaku usaha, kemasan, digitalisasi pemasaran

### **Abstract**

*One of the problems that occur in Gresik Regency is the lack of knowledge related to product packaging and marketing digitalization that occurs in MSME actors. It is known that this also happens to business actors who are members of the Gresik Regency PKK. The concern is the ignorance of making packaging and product labels to attract consumers' interest and how to market the products. For this reason, in an effort to empower women in PKK women in Gresik Regency, the authors carry out community service activities that are packaged in the form of training with the topic of packaging optimization and marketing digitalization. The goal to be achieved is to increase knowledge related to the use of technology in making packaging and product marketing. The methods used in these activities are FGD (Forum Group Discussion), lectures and discussions, as well as direct training. With this training, it is hoped that it will be the first step as a solution to the anxiety experienced by PKK women in Gresik Regency. Therefore, after participating in the training, the participants can apply directly related to the manufacture of packaging to increase the selling value of the product and market the product.*

**Keywords:** MSMEs, business actors, packaging, marketing digitalization

Copyright (c) 2022 Marisyah Mahdia Khoirina, Alfina, Tyas Ajeng Nastiti,  
Aldila Caesarina, Fahmi Abdillah Fahrur Rahman

✉ Corresponding author

Address : Universitas Internasional Semen Indonesia

Email : [marisyah.khoirina@uisi.ac.id](mailto:marisyah.khoirina@uisi.ac.id)

DOI : <https://doi.org/10.31004/abdidas.v3i5.683>

ISSN 2721- 9224 (Media Cetak)

ISSN 2721- 9216 (Media Online)

## PENDAHULUAN

Kabupaten Gresik merupakan salah satu wilayah yang terletak di Jawa Timur. Kabupaten Gresik sendiri juga dikenal dengan keberagaman produk yang dihasilkan baik kerajinan, makanan dan minuman, keagamaan, produk seni maupun pertanian. Diketahui Kabupaten Gresik tersebut menjadi wilayah yang memiliki persebaran UMKM yang cukup besar. Hal tersebut didukung oleh data yang dirilis oleh Pemerintah Kabupaten Gresik yang menyatakan bahwa jumlah dari pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) mencapai 7300 unit. Adanya kondisi tersebut menjadi salah satu peluang bagi Kabupaten Gresik untuk meningkatkan perekonomian melalui berwirausaha. Dengan adanya Usaha Mikro Kecil Menengah atau yang sering disebut UMKM memiliki peranan yang nyata dalam sektor perekonomian sehingga menjadi salah satu sektor usaha paling penting (Niode, 2009).

Berbicara tentang berwirausaha memiliki banyak unsur yang menunjang akan keberlangsungannya. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti tempat, media promosi, harga, produk serta yang lainnya. Membahas tentang sebuah produk akan berhubungan dengan yang namanya kemasan. Di kondisi saat ini, sebuah kemasan produk memiliki perhatian yang lebih karena memiliki manfaat yang cukup besar terhadap sebuah usaha. Adapun manfaat tersebut salah satunya adalah memberikan nilai *merk* bagi sebuah produk sehingga nilai jualnya dapat meningkat. Hal tersebut juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh

(Apriyani et al., 2021) yang menyatakan bahwa ekuitas *merk* dapat dibangun dengan perancangan kemasan yang baik sehingga mampu mendorong penjualan sebuah produk. Hal tersebut juga didukung dengan penelitian yang menyatakan bahwa kemasan tidak hanya memiliki fungsi untuk melindungi produk, melainkan dengan kemasan dapat menjadi sebuah identifikasi dari *merk* yang mana kemasan dapat dikatakan baik ketika kemasan tersebut mampu menjadi media promosi dan komunikasi yang dapat meningkatkan penjualan (Muslimin et al., 2022). Dalam Kottler dan Armstrong tahun 2012 pada (Suhardi, 2019) menjelaskan bahwa kemasan merupakan sesuatu benda yang dibuat karena adanya kegiatan mendesain yang memiliki fungsi untuk melindungi sebuah produk. Sedangkan menurut (Swasty et al., 2019) menjelaskan bahwa dalam sebuah kemasan memiliki grafis yang menjadi presentasi secara visual baik dalam bentuk teks, ilustrasi, gambar, pada suatu benda yang digunakan sebagai wadah dan dikemas untuk melindungi produk dengan tujuan untuk menarik minat konsumen supaya membeli barang tersebut.

Hal tersebut juga akan memberikan sebuah pengaruh terhadap pemasaran yang saat ini pemasaran produk cenderung menggunakan digital. Menurut Purwana et.al tahun 2017 pada (Hadi & Khairi, 2020) *digital marketing* merupakan media komunikasi yang menghasilkan kesadaran atau *engagement* pada masyarakat terhadap produk atau merek tertentu yang mana berjalan dari dua arah. Eun Young Kim tahun 2002 pada (Prabowo, 2018) menjelaskan bahwa *digital marketing*

memiliki empat dimensi yang berguna untuk membantu keberhasilan dari sebuah usaha yang mana empat dimensi tersebut merupakan variabel independent yang terdiri dari *Interactive, Incentive Programs, Sitedesign, Cost*.

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM Kabupaten Gresik adalah minimnya pengetahuan akan pentingnya sebuah kemasan untuk meningkatkan nilai jual produk. Selain itu, faktor lain yang menunjang untuk meningkatkan hal tersebut adalah pengetahuan teknologi serta tingkat Pendidikan. Pendidikan tersebut bisa didapatkan melalui jenjang Pendidikan formal seperti sekolah dan perkuliahan maupun nonformal seperti mengikuti beberapa kursus yang memberikan pengaruh positif untuk keberlanjutan sebuah usaha yang mana dapat dikatakan bahwa dengan edukasi memiliki pengaruh yang penting dan merupakan kunci utama untuk meningkatkan kemampuan berwirausaha (Achmad & Saputro, 2017).

Namun, telah diketahui bahwa masih banyak para pelaku UMKM di Kabupaten Gresik yang tidak bisa menggunakan dan memanfaatkan teknologi dengan baik. Sehingga, dari observasi yang dilakukan oleh penulis salah satu penyebab permasalahan tersebut adalah faktor usia dari para pelaku usaha yang sulit beradaptasi dengan perubahan zaman yang serba cepat. Padahal, dengan adanya kemajuan teknologi yang serba cepat ini diharapkan untuk cepat beradaptasi agar tidak tertinggal. Seperti halnya dalam bidang bisnis yang mana adanya teknologi dapat membantu pekerjaan lebih mudah tanpa adanya

jangkauan. Dengan pemanfaatan teknologi yang baik dan sesuai seperti pembuatan kemasan produk diharapkan mampu menjadi salah satu pilihan atau cara untuk meningkatkan nilai jual sebuah produk sehingga produk memiliki identitas tersendiri dan mudah dikenal di kalangan masyarakat.

Adanya permasalahan terkait minimnya pengetahuan akan pentingnya kemasan dan ketidaktahuan cara pembuatan kemasan yang menarik dan baik dengan menggunakan aplikasi yang ada di handphone maupun laptop juga terjadi pada anggota PKK kabupaten Gresik. Dari pengamatan yang telah dilakukan oleh penulis didapatkan sebuah fakta yang mana para anggota PKK Kabupaten Gresik yang mayoritas nya juga merupakan para pelaku usaha belum sadar bahwa dengan membuat kemasan yang baik dan kekinian mampu meningkatkan nilai jual sebuah produk dan dapat menjadi sebuah media promosi dari usaha yang telah dimiliki. Banyak dari para anggota PKK Kabupaten Gresik yang masih menggunakan kemasan tradisional dan tidak memiliki nilai estetika maupun nilai fungsi yang lebih.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dijelaskan diatas, maka penulis tergerak untuk mengadakan sebuah pengabdian masyarakat kepada ibu-ibu PKK Kabupaten Gresik. Adapun pengabdian masyarakat yang dilakukan ini dikemas dalam bentuk pelatihan pembuatan kemasan produk. Untuk itu, tujuan yang ingin dicapai adalah memberdayakan ibu-ibu PKK Kabupaten Gresik dalam pengoptimalan kemasan dan digitalisasi pemasaran untuk meningkatkan pengetahuan

terkait penggunaan teknologi dalam membuat kemasan dan pemasaran produk.

## **METODE**

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan kepada 60 orang Ibu-ibu PKK yang terdiri dari dua orang perwakilan pada setiap kecamatan yang ada di Kabupaten Gresik. Kegiatan dilakukan selama kurang lebih empat jam yang bertempat di Pendopo Bupati Kabupaten Gresik. Dalam kegiatan tersebut menggunakan beberapa metode yaitu FGD (Forum Grup Discussion), ceramah dan diskusi, serta pelatihan secara langsung. Adapun tahapan yang digunakan untuk merealisasikan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut:

### **FGD (*Forum Grup Discussion*)**

Sebelum pelatihan dilaksanakan, pihak dari Tim Pengabdian Masyarakat melakukan FGD (*Forum Grup Discussion*). Kegiatan tersebut dilakukan dengan Ibu Pratiwi selaku Koordinator Ibu PKK Kabupaten Gresik. FGD dilakukan di kantor Dinas Ketenagakerjaan. Adapun beberapa hal yang dibahas dalam diskusi tersebut adalah berkaitan dengan jenis-jenis usaha yang dimiliki oleh Ibu-ibu PKK Kabupaten Gresik, permasalahan produk yang ada pada kemasan, serta cara memasarkan produk.

### **Ceramah, Diskusi, dan Pelatihan**

#### **1. Pemaparan Materi**

Sesi pertama yang dilakukan untuk merealisasikan kegiatan pengabdian masyarakat adalah memberikan penjelasan

materi. Adapun materi yang dibahas berkaitan dengan optimalisasi *packaging* atau kemasan dan digitalisasi pemasaran. Materi disampaikan kurang lebih selama 90 menit secara bergantian. Pada tahap awal ini peserta pelatihan diberikan lembar pertanyaan untuk menjawab beberapa pertanyaan yang digunakan sebagai acuan untuk melihat seberapa jauh pengetahuan yang dimiliki terkait kemasan dan digitalisasi pemasaran. Penyampaian materi dilakukan oleh tiga pembicara yaitu Ibu Marisyah Mahdia Khoirina, S.M., M.M. dan Ibu Alfina, S.M., M.M. selaku dosen dari Prodi Manajemen Universitas Internasional Semen Indonesia. Serta Ibu Tyas Ajeng Nastiti, S.T., M.Ds. selaku dosen dari Prodi Desain Komunikasi Visual Universitas Internasional Semen Indonesia.

#### **2. Diskusi dan Tanya Jawab**

Setelah pemaparan materi disampaikan, peserta diberikan kesempatan untuk bertanya dan berdiskusi kepada pemateri. Peserta diberikan waktu untuk diskusi dan bertanya terkait sesuatu hal yang berhubungan dengan topik pelatihan yaitu berhubungan dengan desain kemasan dan digitalisasi pemasaran. Peserta bertanya langsung kepada pemateri yang kemudian akan dijawab langsung juga oleh pemateri.

#### **3. Praktik Penggunaan Canva dan Pembuatan Desain Kemasan**

Pada sesi ketiga, setelah semua peserta dijelaskan terkait desain kemasan dan cara

pembuatannya melalui aplikasi Canva, peserta diajak langsung untuk mempraktikannya. Seluruh peserta diwajibkan untuk mendownload aplikasi canva yang sudah diberitahukan sebelum pelatihan dilaksanakan. Pada saat pelatihan, seluruh peserta dibentuk untuk membuat kelompok yang mana satu kelompok terdiri dari sepuluh orang anggota. Kemudian, peserta bisa melakukan diskusi antar satu dengan yang lainnya untuk membuat desain kemasan. Tim Pengabdian Masyarakat memberikan instruksi terkait langkah-langkah yang harus dilakukan untuk membuat desain kemasan. Setelah itu, hasil desain dikumpulkan kepada Tim Pengabdian Masyarakat sebagai bahan Evaluasi.

#### 4. Evaluasi

Evaluasi menjadi tahapan akhir dalam pelaksanaan Pengabdian Masyarakat. Tahapan ini dilakukan sebagai cara untuk mengetahui kegiatan berjalan dengan baik atau tidak. Evaluasi dilakukan dengan melakukan wawancara langsung kepada para peserta pelatihan yaitu Ibu-ibu PKK Kabupaten Gresik. Selain itu, Evaluasi juga dapat diketahui dari lembar pertanyaan yang diberikan di awal sesi serta hasil desain kemasan yang dibuat oleh para peserta yang dikumpulkan pada Tim Pengabdian Masyarakat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada kelompok ibu – ibu PKK yang ada di Kabupaten Gresik. Beberapa dari ibu – ibu ini telah memiliki usaha rumahan, seperti usaha jamu, makanan saji, dan olahan kopi. Tim pengabdian terdiri dari ketua dan dua anggota dibantu 2 orang mahasiswa yang ikut terlibat pada kegiatan Pengabdian Masyarakat. Pada tanggal 9 Juni 2022 dilaksanakan Focus Group Discussion (FGD) bertempat di Dinas Ketenagakerjaan, tepatnya di ruang kerja Ibu Pratiwi selaku Koordinator Ibu PKK Kabupaten Gresik.



Gambar 1. Dokumentasi FGD

Hasil kegiatan yang telah dilakukan oleh Tim Pengabdian Masyarakat bersama mitra adalah sebagai berikut:

#### 1. Permasalahan Mitra

Permasalahan mitra diketahui dari hasil *Forum Group Discussion* yang dilakukan dengan Ibu Pratiwi sebagai Koordinator Ibu PKK Kabupaten Gresik. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan didapatkan sebuah hasil bahwa Ibu-ibu PKK yang mayoritas pelaku UMKM yang memiliki beraneka jenis usaha bermasalah pada kemasan produk. Diketahui banyak dari mereka yang kesusahan membuat

- 834 *Pelatihan Pembuatan Kemasan Melalui Media Canva untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk pada Pokja II TP PKK Kecamatan se-Kabupaten Gresik – Marisyah Mahdia Khoirina, Alfina, Tyas Ajeng Nastiti, Aldila Caesarina, Fahmi Abdillah Fahrur Rahman*  
DOI: <https://doi.org/10.31004/abdidas.v3i5.683>

kemasan produk dengan label produk yang menarik untuk memikat konsumen. Selain dalam hal kemasan, mitra juga mengatakan bahwa terdapat permasalahan pada pemasaran hasil produk. Yang mana banyak dari Ibu-ibu PKK yang masih memasarkan produknya secara tradisional.

## 2. Pelatihan Optimalisasi Kemasan dan Digitalisasi Pemasaran.



Gambar 2. Pemaparan Materi Pelatihan

Berdasarkan hasil diskusi yang dilakukan sehingga mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh mitra, Tim Pengabdian Masyarakat membuat sebuah kegiatan yang dikemas dalam bentuk pelatihan. Adapun topik yang diangkat adalah “Optimalisasi Kemasan dan Digitalisasi Pemasaran”. Topik tersebut diambil sebagai solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Sehingga dirapkan dengan adanya pelatihan ini menjadi salah satu langkah untuk menyelesaikan keresahan mitra khususnya Ibu-ibu PKK Kabupaten Gresik. Pelatihan dilakukan di Pendopo bupati Gresik pada tanggal 8 September 2022 dengan waktu

kurang lebih empat jam. Peserta merupakan anggota PKK dengan perwakilan 2 orang setiap kecamatan di Kabupaten Gresik dengan total keseluruhan adalah 60 orang. Adapun pelatihan tersebut diisi oleh 3 pembicara yang berprofesi sebagai dosen maupun praktisi baik di bidang manajemen maupun desain.

Pada kegiatan ini dilakukan secara bersama antara tim pengabdian masyarakat dengan Ibu-Ibu PKK Kab Gresik. Pelaksanaan kegiatan berupa pelatihan dengan tatap muka langsung. Pelatihan difasilitasi materi, asset desain yang bisa dikerjakan para peserta di rumah, dan video pembelajaran. Aplikasi yang digunakan dalam pelatihan ini adalah Canva. Tim pengabdian masyarakat memberikan wacana dan penjelasan kepada ibu-ibu terkait penting dan peranan packaging dalam pemasaran. Adapun beberapa hal yang disampaikan dalam kegiatan tersebut adalah sebagai berikut:

### 1. Digitalisasi Pemasaran



Gambar 3. Pemaparan Materi Digitalisasi Pemasaran

Pada topik “Digitalisasi Pemasaran” menjelaskan bagaimana pentingnya pemasaran produk secara digital serta peran kemasan dalam pemasaran. Dalam penjelasan materi ini telah disampaikan bahwa kemasan dan pemasaran memiliki keterkaitan yang sangat erat. Hal tersebut memberikan pengaruh antar satu dengan yang lainnya. Adapun beberapa hal yang bisa didapatkan dari hubungan kemasan dengan pemasaran adalah kemasan dapat menjadi media untuk mempromosikan *merk* dagang, dengan sebuah kemasan suatu *merk* dapat diidentifikasi, kemasan menjadi media untuk penyampaian informasi dari suatu produk, jumlah produksi dapat ditingkatkan juga dengan desain dari kemasan, serta fungsi utama untuk kemasan sendiri adalah sebagai tempat pelindung dari kerusakan dan mempermudah penggunaan.

## 2. Optimalisasi Kemasan

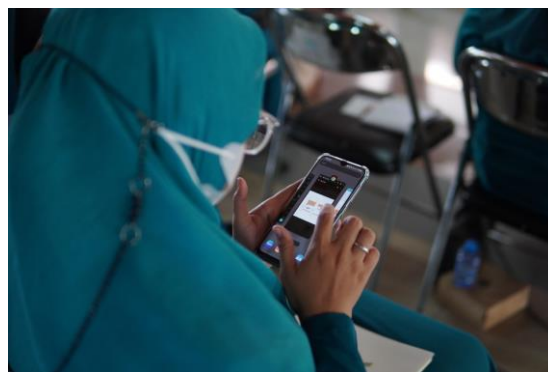


Gambar 4. Pemaparan Materi Optimalisasi Kemasan

Penjelasan materi “Optimalisasi Kemasan” memaparkan sebuah materi terkait pengenalan kemasan produk. Pada materi ini

menjelaskan bahwa sebuah kemasan harus memiliki desain yang memiliki manfaat tidak hanya sebagai pelindung melainkan memiliki nilai estetika yang digunakan untuk menarik minat konsumen supaya membeli produk tersebut. Dalam pemaparan materi tersebut juga dijelaskan bahwa desain berkaitan dengan struktur, material, citra, warna, tipografi, dengan elemen dari desain yang memberikan sebuah informasi untuk dapat dipasarkan. Dengan diciptakan desain kemasan tersebut memiliki fungsi sebagai pelindung agar tidak rusak, sebagai media komunikasi dan penyampaian informasi, menjadikan produk untuk bisa diproduksi secara massal, sebagai perangsang panca indra, serta *branding* dan membantu distribusi produk.

## 3. Praktik Pembuatan Desain Kemasan



Gambar 5. Pelatihan Pembuatan Desain Kemasan

Peserta yang terdiri dari 60 orang Ibu-ibu PKK dengan 2 orang perwakilan setiap kecamatan di Kabupaten Gresik diajak untuk melakukan praktik langsung membuat desain kemasan. Peserta dibentuk kelompok dengan jumlah masing-masing kelompok adalah 10

orang. Pelatihan pembuatan kemasan dilaksanakan kurang lebih 120 menit. Media aplikasi yang digunakan adalah Canva. Proses pembuatan dapat dilakukan baik melalui *handphone* maupun laptop. Tim Pengabdian masyarakat memberikan fasilitas berupa tutorial video dan *asset* desain. Peserta dapat berdiskusi antar satu dengan yang lainnya untuk membuat kemasan sesuai dengan kreatifitas tanpa adanya batasan. Tim Pengabdian Masyarakat membantu untuk memberikan instruksi langkah-langkah yang harus diikuti dalam pembuatan desain kemasan dengan media canva. Pada sesi akhir, seluruh hasil desain kemasan dikumpulkan ke Tim Pengabdian Masyarakat sebagai bahan evaluasi.

## SIMPULAN

Kemajuan teknologi yang sangat cepat menuntut juga untuk cepat beradaptasi di berbagai bidang, salah satunya adalah bidang bisnis. Dalam kondisi saat ini, berwirausaha menjadi sesuatu kegiatan yang dinamis yang tidak bisa diprediksi. Sebagai pelaku usaha, tentunya wajib untuk mengikuti perkembangan yang ada.

Dengan adanya pengabdian masyarakat diharapkan mampu menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh para mitra yaitu Ibu-ibu PKK Kabupaten Gresik. Untuk itu, adanya pengabdian masyarakat yang dilakukan ini menjadi langkah awal untuk mengatasi keresahan yang dihadapi para mitra yaitu sulitnya

membuat kemasan dan label produk serta digitalisasi pemasaran.

Melalui pelatihan yang diberikan Tim Pengabdian Masyarakat dengan topik “Optimalisasi Kemasan dan Digitalisasi Pemasaran” mampu meningkatkan pengetahuan dan menjadi literasi baru bagi mitra khususnya Ibu-Ibu PKK Kabupaten Gresik dalam bidang kemasan dan pemasaran secara digital. Oleh karena itu, dengan adanya pelatihan tersebut dapat membuat pelaku usaha mengaplikasikan secara langsung atas apa yang didapat di pelatihan. Sehingga, mampu menjadikan produk usaha yang dimiliki mempunyai nilai yang tinggi baik nilai estetika maupun nilai fungsi. Dari hal tersebut mampu mendorong untuk peningkatan nilai jual sebuah produk usaha yang dihasilkan untuk menarik para konsumen supaya membeli.

## DAFTAR PUSTAKA

- Niode, I. Y. (2009). Sektor Umkm Di Indonesia: Profil, Masalah, Dan Strategi Pemberdayaan. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Oikos-Nomos. Volume 2, Nomor 1/ Januari 2009. Issn 1979-1607. Lpueb Fis - Ung, 1.*
- Apriyani, M., Marga Saty, F., Desfaryani, R., Budi Trisnanto, T., Berliana, D., & Fitri, A. (2021). Pelatihan Pengemasan Produk Olahan Pangan Pada Smkn 1 Negeri Besar Way Kanan. *Jurnal Pengabdian Nasional, 2(2), 94–100.* <https://jurnal.polinela.ac.id/index.php/jpn/index>
- Muslimin, M., Latif, L. A., Tjiroso, B., & Rais, S. (2022). Pelatihan Pembuatan Kemasan Produk-Produk Rumahan Bagi Masyarakat Di Desa Toniku. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5(1), 91.* <https://doi.org/10.35914/Tomaega.V5i1.964>

837 *Pelatihan Pembuatan Kemasan Melalui Media Canva untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk pada Pokja II TP PKK Kecamatan se-Kabupaten Gresik – Marisya Mahdia Khoirina, Alfina, Tyas Ajeng Nastiti, Aldila Caesarina, Fahmi Abdillah Fahrur Rahman*  
DOI: <https://doi.org/10.31004/abdidas.v3i5.683>

Suhardi, D. (2019). Optimalisasi Keterampilan Pembuatan Kemasan Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Pada Ukm Pembuat Tape Di Desa Cibeureum, Kabupaten Kuningan. *Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(02), 116–128. <https://doi.org/10.25134/Empowerment.V2i02.2105>

Swasty, W., Rahman, Y., & Fadilla, A. N. (2019). Pelatihan Kemasan Produk Kuliner Yang Persuasif Bagi Koperasi Dan Ukm Kabupaten Bandung. *Charity*, 2(1), 0–1. <https://doi.org/10.25124/Charity.V2i1.2067>

Hadi, A. S., & Khairi, A. (2020). Pemilihan Strategi Pemasaran Di Era Digital Pada Kelompok Ibu Pkk Desa Gadingharjo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol. 4, No. 1 Maret 2020, Hal. 127-132, 131.* (2010).

Prabowo, W. A. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 12, No. 2, Oktober 2018: 94–112, 102.*

Achmad, N., & Saputro, E. P. (2017). Model Sukses Faktor Wirausaha Wanita. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan Vol. 11, No. 2, Agustus 2017, 190.*