

PENGUATAN IDENTITAS PRODUK LOKAL DAN KELESTARIAN LINGKUNGAN: DESAIN LABEL KERUPUK KEMBANG SERU DAN REVITALISASI TOGA

Amelia Wijaya¹, Rina Holau Athina², Muhammad Akbar Sanjaya³, Ade Melinda Putriana⁴, Ari Andrian⁵, Jihan Khoirunnisa Atikoh⁶, Ismet Thohur Naufal Nabawi⁷, Agis Salwa Sabilla⁸, Yoga⁹, Rema Lestari¹⁰, Muhammad Alghiffari Ansori¹¹, Muhammad Ridho Rifanza¹², Putri Erlyn^{13*}

Universitas Muhammadiyah Palembang, Palembang, Indonesia

Abstrak

Kurangnya pemahaman pelaku UMKM akan pentingnya label kemasan produk menjadi kendala utama dan beberapa area TOGA tampak kurang terawat, tanaman tumbuh tidak beraturan, serta pagar yang mengelilinginya mengalami kerusakan atau kusam akibat kurangnya perawatan.. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kesadaran pemilik usaha UMKM akan pentingnya label pada kemasan produk mereka dan mendorong partisipasi masyarakat serta kesadaran akan manfaat TOGA bagi kesehatan dan lingkungan. Kegiatan pengabdian ini dilakukan pada saat pelaksanaan KKN 63 UMPalembang pada bulan Februari 2025 di Desa Muara Batun, Kecamatan Jejawi, Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan. Kegiatan ini dilakukan melalui pendekatan partisipatif dan edukatif, melibatkan masyarakat desa secara aktif dalam desain label kerupuk kembang seru dan revitalisasi TOGA. Label kemasan tidak hanya memberikan informasi produk, tetapi juga menjadi identitas dan daya tarik bagi konsumen. Selain inovasi kemasan, label yang dilengkapi dapat meningkatkan daya saing UMKM di berbagai segmen pasar. Pelaku UMKM juga didorong untuk memanfaatkan teknologi e-commerce untuk memperluas jangkauan pemasaran produk mereka. Pemahaman akan pentingnya label kemasan, menjadi modal penting bagi UMKM di Desa Muara Batun untuk berkembang dan berdaya saing.

Kata Kunci : Produk lokal, desain label, kerupuk kembang seru, lingkungan, TOGA.

Abstract

The lack of understanding among MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises) actors regarding the importance of product packaging labels has become a major obstacle. Additionally, several TOGA (Family Medicinal Plants) areas appear poorly maintained, with plants growing irregularly and fences surrounding them damaged or dull due to lack of care. This activity aims to raise awareness among MSME owners about the importance of product packaging labels and encourage community participation and awareness of the benefits of TOGA for health and the environment. This community service activity was carried out during the KKN 63 UMPalembang program in February 2025 in Muara Batun Village, Jejawi District, Ogan Komering Ilir Regency, South Sumatra. The activity was conducted through a participatory and educational approach, actively involving the village community in designing the Kerupuk Kembang Seru label and revitalizing TOGA. Packaging labels not only provide product information but also serve as identity and appeal for consumers. In addition to packaging innovation, the use of proper labels can increase MSMEs' competitiveness in various market segments. MSME actors are also encouraged to utilize e-commerce technology to expand the marketing reach of their products. Understanding the importance of packaging labels becomes an essential asset for MSMEs in Muara Batun Village to grow and compete in the market.

Keyword: Local products, label design, kerupuk kembang seru, environment, TOGA.

This is an open access article under the CC BY-SA License.

Penulis Korespondensi:

Nama Lengkap: Putri Erlyn

Universitas: Muhammadiyah Palembang

Email: putrierlyn13@gmail.com

DOI <http://doi.org/10.32502/se.v1i1.7391>



PENDAHULUAN

Kerupuk Kembang Seru merupakan salah satu jenis makanan khas berasal dari OKI yang terletak di Desa Muara Batun. Makanan khas ini menjadi cemilan atau sajian khas setiap ada acara-acara besar (Lebaran, nikahan, ruwahan serta acara-acara islam lainnya). Dan makanan ini juga sering dijadikan Oleh-oleh dari Desa Muara Batun. Kerupuk Kembang Seru ini berbahan baku utamanya tepung beras, sagu, bawang putih, bawang merah, dan ketumbar. Untuk proses pembuatan kerupuk ini di bentuk menggunakan daun mangga sehingga mempunyai bentuk menyerupai kembang. Dan cara menggoreng kerupuk ini menggunakan api sedang agar mendapatkan hasil yang maksimal di desa Muara Batun ini masih sedikit produsen UMKM kerupuk kembang seru ini dikarenakan pembuatan kerupuk ini sedikit rumit yang apabila di buat harus menggunakan daun mangga untuk mencetaknya dan juga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui kerupuk ini. Dengan demikian kami melakukan sosialisasi tentang pentingnya penggunaan label pada kemasan produk agar dapat berkembang dan banyak masyarakat di Desa Muara Batun ataupun di luar Muara Batun. Salah satunya produsen yang berminat adalah Ibu Maryani, iapun bersedia untuk menambahkan label pada kemasan produknya yang memang belum memiliki label. Produk lokal memiliki potensi besar untuk meningkatkan perekonomian masyarakat desa, terutama melalui usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Salah satu UMKM yang memiliki prospek bagus dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Indonesia adalah UMKM di bidang makanan dan minuman (Sulistiyandari, 2017).

Produk khas yang memiliki daya saing adalah kerupuk Kembang Seru, yang diproduksi oleh pelaku UMKM setempat. Kerupuk ini memiliki cita rasa unik dan berpotensi menjadi produk unggulan daerah. Namun, permasalahan yang sering dihadapi oleh UMKM adalah kemasan kerupuk tidak diberi label, sehingga produk tampak kurang profesional dan sulit dikenali oleh konsumen (Sutriadi, 2024). Tanpa label, informasi penting seperti nama produk, komposisi, tanggal kedaluwarsa, dan legalitas usaha tidak tersampaikan dengan baik, yang dapat mengurangi kepercayaan pembeli (Pramita, 2022). Selain itu, ketiadaan desain kemasan yang menarik membuat produk sulit bersaing dengan kerupuk lain yang sudah memiliki identitas visual yang kuat. Dalam dunia pemasaran modern, kemasan bukan hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga alat promosi yang dapat menarik perhatian calon pembeli (Perwitasari, 2021). Bagi pelaku UMKM, penggunaan label pada kemasan agar produk lebih mudah dikenali dan memiliki daya saing lebih tinggi di pasar.

Dengan adanya desain label yang kreatif dan profesional, kerupuk Kembang Seru dapat lebih dikenal luas, baik di pasar lokal maupun regional. Label yang baik tidak hanya berfungsi sebagai identitas produk, tetapi juga memberikan nilai tambah dengan menampilkan elemen-elemen branding, informasi gizi, dan sertifikasi halal atau izin edar jika memungkinkan (Widiarti, 2019). Selain itu, kemasan yang menarik dapat membantu UMKM memperluas pasarnya, termasuk masuk ke toko ritel atau *platform e-commerce*. Dengan strategi ini, diharapkan peningkatan pendapatan dan keberlanjutan usaha bagi pelaku UMKM dapat terwujud, serta memperkuat posisi produk lokal sebagai bagian dari kebanggaan daerah sehingga masyarakat semakin tertarik untuk mendukung dan mengonsumsi produk daerahnya sendiri (Arseto, 2024).

Selain aspek ekonomi, kelestarian lingkungan juga menjadi perhatian utama dalam pembangunan desa (Khusna, 2023). Salah satu bentuk upaya menjaga lingkungan adalah melalui pemanfaatan dan perawatan Tanaman Obat Keluarga (TOGA). TOGA tidak hanya memiliki manfaat sebagai sumber obat alami untuk pengobatan tradisional, tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan lingkungan yang hijau, asri, dan sehat (Sakti, 2015). Dengan keberadaan TOGA yang

terkelola dengan baik, masyarakat dapat mengakses obat-obatan herbal secara mandiri, mengurangi ketergantungan pada obat kimia, serta meningkatkan kesadaran akan manfaat tanaman obat. Selain itu, area TOGA yang tertata rapi dapat menjadi ruang edukasi bagi masyarakat untuk lebih mengenal berbagai jenis tanaman obat dan kegunaannya dalam kehidupan sehari-hari.

Namun, dalam praktiknya, banyak TOGA yang tidak terkelola dengan baik, baik dari segi penataan, pemeliharaan, maupun fasilitas pendukungnya. Beberapa area TOGA tampak kurang terawat, tanaman tumbuh tidak beraturan, serta pagar yang mengelilinginya mengalami kerusakan atau kusam akibat kurangnya perawatan. Jika tidak diperhatikan, kondisi ini dapat membuat TOGA kehilangan fungsinya sebagai sumber tanaman obat dan bagian dari ekosistem hijau di desa. Upaya revitalisasi TOGA diperlukan termasuk penataan ulang tanaman, perbaikan pagar, serta pengecatan agar lebih rapi dan menarik. Dengan adanya perbaikan ini, TOGA tidak hanya berfungsi sebagai kebun tanaman obat, tetapi juga sebagai sarana edukasi, konservasi lingkungan, dan ikon hijau desa yang dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memperkuat identitas produk lokal dengan membantu UMKM dalam branding kerupuk Kembang Seru melalui desain label yang menarik dan informatif, sehingga produk lebih dikenal dan memiliki daya saing yang lebih tinggi. Di sisi lain, kegiatan ini juga berfokus pada revitalisasi dan pemeliharaan Tanaman Obat Keluarga (TOGA) diharapkan dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam pembangunan berkelanjutan, meningkatkan kesadaran akan manfaat TOGA bagi kesehatan dan lingkungan, serta menciptakan desa yang lebih bersih, hijau, dan sehat.

METODE KEGIATAN PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian ini dilakukan pada saat pelaksanaan KKN 63 UMPalembang pada bulan Februari 2025 di Desa Muara Batun, Kecamatan Jejawi, Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan. Kegiatan ini dilakukan melalui pendekatan partisipatif dan edukatif, melibatkan masyarakat desa secara aktif dalam desain label kerupuk kembang seru dan revitalisasi TOGA. Metode yang digunakan sebagai berikut:

1. Persiapan Kegiatan
 - a. Koordinasi dengan pemerintah desa dan pelaku UMKM untuk mendapatkan dukungan dan partisipasi.
 - b. Survei awal kondisi UMKM penghasil kerupuk Kembang Seru dan keberadaan TOGA di lingkungan desa.
 - c. Pengumpulan data tentang kebutuhan desain label dan kendala dalam pengelolaan TOGA.
 - d. Penyusunan materi edukasi mengenai branding produk dan manfaat lingkungan dari TOGA.
2. Sosialisasi dan Implementasi Desain Kemasan Kerupuk Kembang Seru
 - a. Sosialisasi kepada UMKM tentang desain label untuk penguatan identitas produk lokal, meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk Pendampingan pelaku UMKM dalam mendesain label yang menarik dan informatif.
 - b. Pembuatan prototipe label yang sesuai dengan standar pemasaran dan identitas produk lokal.
 - c. Uji coba label dengan melibatkan calon konsumen untuk mendapatkan umpan balik.
3. Revitalisasi TOGA untuk Kelestarian Lingkungan
 - a. Aksi penghijauan dengan menanam kembali tanaman obat keluarga di area yang telah

ditentukan untuk memperkaya jenis tanaman yang ada.

- b. Pengecatan pagar TOGA dengan warna yang menarik agar tampak lebih bersih dan terawat.

6

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerupuk kembang seru merupakan produk olahan yang berbahan dasar tepung beras yang diproduksi pada setiap UMKM yang menjadi target sampling pada penelitian ini. Kerupuk kembang seru yang diproduksi umumnya memiliki bentuk seperti bunga, dan dengan ukuran yang sama, melalui sosialisasi dan pengertian tentang pentingnya *branding* terhadap pelaku UMKM kerupuk kembang seru di Desa Muara Batun, respon pelaku UMKM kerupuk kembang seru memiliki ekspektasi tinggi terhadap adanya pemahaman dan pembuatan desain dan pencetakan stiker logo *branding* oleh mahasiswa KKN 63 UM Palembang kelompok 36 pelaku UMKM berharap produk nya dapat dikenal luas di luar Desa Muara Batun.



Gambar 1. Mengunjungi tempat pembuatan kerupuk



Gambar 2. Kemasan kerupuk

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan dengan pemilik UMKM kerupuk kembang seru di Desa Muara Batun, ditemukan beberapa hasil penting terkait kondisi pengemasan dan labelisasi produk:

1. Kondisi Awal Pengemasan Kerupuk kembang seru yang diproduksi oleh UMKM Ibu Maryani memiliki karakteristik bentuk seperti bunga. Sistem pengemasan yang digunakan masih sederhana, hanya menggunakan plastik transparan tanpa label atau merek. Pengemasan yang masih sederhana dan tidak adanya pelabelan pada produk membuat kurang minat perhatian konsumen.
2. Sistem Pemasaran UMKM ini menerapkan sistem produksi berbasis pesanan (*made by order*), di mana produksi hanya dilakukan ketika ada pesanan dari orang sekitar lokasi atau diluar. Sistem ini membatasi jangkauan pemasaran produk hanya di daerah sekitar. Keterbatasan ini berdampak pada rendahnya daya jual produk.
3. Permasalahan Branding Identifikasi masalah menunjukkan bahwa kendala utama yang dihadapi adalah:
 - a. Belum adanya pemahaman tentang branding produk yang baik
 - b. Kemasan produk yang kurang menarik
 - c. Tidak adanya label pada produk
 - d. Belum memiliki banner untuk sarana promosi
 - e. Pencatatan keuangan masih manual dan belum terorganisir dengan baik
4. Upaya Peningkatan Daya Saing Untuk meningkatkan daya saing produk, dilakukan

beberapa intervensi:

- a. Pengenalan pentingnya label kemasan untuk identitas produk
- b. Pembuatan desain label kemasan yang menarik

Melalui implementasi label dan kemasan yang baik, UMKM kerupuk kembang seru Desa Muara Batun diharapkan dapat meningkatkan daya saingnya di pasar dan memperluas jangkauan pemasarannya. Penggunaan label yang informatif dan kemasan yang menarik tidak hanya akan meningkatkan kepercayaan konsumen tetapi juga membantu dalam membangun identitas merek yang kuat (Perwitasari, 2021).



Gambar 3. Desain label kerupuk kembang seru

Desain label yang digunakan berukuran 6 cm berbentuk bulat berwarna kuning dengan garis lingkaran berwarna hitam. Di dalam label tersebut terdapat gambar bunga yang memiliki makna kembang sesuai dengan nama kerupuk tersebut. Selain itu, terdapat juga tulisan “kerupuk kembang seru maryani” yang mana nama maryani merupakan nama

pemilik produksi tersebut dan juga tercantum nomor kontak pemilik produksi untuk memudahkan pemesanan.

Setelah desain label diperkenalkan kepada pemilik usaha, tanggapan yang diterima sangat positif. Pemilik usaha, Ibu Maryani, merasa sangat terbantu dengan adanya desain yang lebih profesional dan menarik ini. Menurutnya, warna kuning cerah dengan garis lingkaran hitam memberikan kesan yang mencolok dan mudah dikenali, sehingga lebih menarik perhatian pelanggan.

Gambar bunga yang dimasukkan dalam desain juga mendapatkan apresiasi karena melambangkan filosofi dari nama "kembang" yang melekat pada produk. Para pelanggan yang melihat label ini pertama kali menyebutkan bahwa desainnya terlihat lebih modern, rapi, dan mudah dibaca. Beberapa pelanggan juga menyoroti keberadaan nomor kontak di dalam label sebagai fitur yang sangat membantu, karena mereka bisa langsung menghubungi pemilik usaha untuk melakukan pemesanan.

Selain itu, para pelaku usaha kecil di sekitar lokasi produksi merasa terinspirasi dengan pendekatan desain ini. Mereka menyadari pentingnya identitas visual dalam meningkatkan daya tarik produk di pasaran. Sebagai bagian dari program pengabdian, desain label ini bukan hanya memberikan manfaat bagi Ibu Maryani dalam meningkatkan profesionalisme produknya, tetapi juga membuka wawasan bagi pelaku UMKM lainnya tentang pentingnya branding dan kemasan yang menarik. Dengan adanya desain label ini, diharapkan produk "Kerupuk Kembang Seru Maryani" dapat lebih dikenal luas dan bersaing di pasar yang lebih besar.



Gambar 4. Desain label pada kemasan



Gambar 5. Foto Bersama pemilik usaha

Selain aspek ekonomi terdapat juga aspek kelestarian lingkungan yaitu TOGA (Tanaman Obat Keluarga) yang mana tanaman ini dibuat agar masyarakat dapat mengakses tanaman obat secara alami (Sakti, 2015). Namun, pada kenyataannya hal tersebut tidak sejalan dengan yang direncanakan karena kurangnya pengelolaan dalam melestarikan tanaman tersebut. Maka dari itu, kami melakukan revitalisasi pada pelestarian lingkungan di Desa ini.

Hal utama yang kami persiapkan dalam TOGA ini yaitu bibit tanaman herbal, pagar bambu, cat, kuas, paku, palu, dan sebagainya. Selanjutnya, melakukan revitalisasi TOGA agar penataan tanaman, dan perbaikan pagar dapat terlihat lebih rapi dan menarik yang memakan waktu pengerjaan selama kurang lebih 3 hari.



Gambar 6. Sebelum dilakukan revitalisasi



Gambar 7. Setelah dilakukan revitalisasi

Setelah program revitalisasi Tanaman Obat Keluarga (TOGA) selesai dilaksanakan, masyarakat Desa memberikan berbagai tanggapan positif terhadap kegiatan ini. Banyak warga yang awalnya kurang menyadari pentingnya TOGA kini merasa lebih peduli terhadap keberlanjutan tanaman obat di lingkungan mereka. Mereka mengapresiasi upaya perbaikan yang dilakukan, terutama dalam hal penataan ulang tanaman dan perbaikan pagar bambu yang kini terlihat lebih rapi dan menarik.

Beberapa warga yang turut serta dalam proses revitalisasi mengungkapkan bahwa kegiatan ini memberikan pengalaman baru bagi mereka, mulai dari mengenal lebih jauh manfaat tanaman obat hingga keterampilan sederhana seperti pengecatan dan pemasangan pagar bambu. Salah satu peserta, seorang ibu rumah tangga, mengungkapkan bahwa sebelumnya ia tidak tahu cara menata tanaman agar lebih teratur dan mudah dirawat. Namun, setelah mengikuti kegiatan ini, ia merasa lebih termotivasi untuk merawat dan memanfaatkan tanaman herbal yang telah ditanam. Anak-anak dan

remaja yang ikut serta juga merasakan manfaat dari kegiatan ini. Mereka senang bisa belajar sambil bekerja sama dengan orang dewasa dalam menjaga lingkungan.

Selain manfaat edukasi, revitalisasi ini juga menumbuhkan semangat gotong royong di antara warga desa. Mereka berharap kegiatan seperti ini bisa dilakukan secara rutin agar TOGA tetap lestari dan bisa dimanfaatkan oleh generasi selanjutnya. Dengan adanya perubahan yang nyata setelah revitalisasi, masyarakat semakin menyadari bahwa keberlanjutan TOGA bukan hanya sekadar wacana, tetapi membutuhkan kepedulian dan keterlibatan bersama.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini telah memberikan dampak positif bagi masyarakat melalui dua aspek utama, yaitu peningkatan daya saing produk lokal dan pelestarian lingkungan. Melalui desain label yang lebih menarik dan informatif, produk "Kerupuk Kembang Seru Maryani" kini memiliki identitas visual yang lebih profesional, meningkatkan peluang pemasaran dan kemudahan pemesanan. Sementara itu, revitalisasi TOGA berhasil membangkitkan kesadaran masyarakat akan pentingnya tanaman obat keluarga serta mendorong partisipasi aktif dalam pelestariannya. Dengan adanya perbaikan infrastruktur dan edukasi mengenai manfaat tanaman herbal, masyarakat kini lebih termotivasi untuk menjaga dan memanfaatkan TOGA secara berkelanjutan. Kedua program ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi dan lingkungan, tetapi juga memperkuat semangat gotong royong dan pemberdayaan komunitas.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih ditujukan kepada Kepala Desa Muara Batun, Kecamatan Jejawi, Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan atas izin yang telah diberikan dan kepada semua warga desa atas partisipasinya dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Sulistiyandari, Ekaningtyas Widiastuti, dan Suci Indriati. 2017. Kemasan Produk Sebagai Strategi Pemasaran Kerupuk Rambak "Mirasa" Di Desa Dukuhturi, Kec. Bumiayu, Kab. Brebes. *Jurnal Adimas*.

<http://litabmas.umpo.ac.id/index.php/adimas/article/view/597>

Sakti, Mutia dkk. 2015. Perlindungan Konsumen Terhadap Beredarnya Makanan yang Tidak Bersertifikat Halal. *Jurnal Yuridis* Vol 2 No 1
<https://ejournal.upnvj.ac.id/Yuridis/article/view/161>

Resti, N. C., & Ilmiah, N. F. (2023). Strategi Peningkatan Penjualan melalui Desain Label Kemasan dan Banner pada UMKM Surya Makmur. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(2), 812-817.

<https://journal.ummat.ac.id/index.php/jpmb/article/view/14637>

Prasetya, A. J., Laksono, Y. T., & Hidayat, W. (2020). Pengabdian kepada masyarakat (PKM) pengembangan marketing website dan desain kemasan pada UKM Bumi Cipta Sejahtera Surabaya. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(01), 92-98.
<https://www.academia.edu/download/68539384/2607.pdf>

Arseto, D. D., Mardayanti, I., Haratikka, H., Gunawan, D., Khairunnizar, M. A., Arfah, Y., ... & Sarwoto, S. (2024). Pendampingan Pengemasan dan Pemberian Label Merek pada UMKM Gula Merah di Desa Paya Lombang. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 288-294.

<http://www.ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/view/7446> Amelia Wijaya dkk, *Peningkatan Daya Saing UMKM*

Perwitasari, D. A. (2021). Branding produk label kemasan sebagai upaya pengembangan daya tarik pemasaran pada Umkm Rengginang di Kelurahan Pakistaji Wonoasih Kota Probolinggo. *Jurnal Abdi Panca Marga*, 2(1), 34-38. <https://ejournal.upm.ac.id/index.php/abdipancamarga/article/view/741>

Widiati, A. (2019). Peranan kemasan (packaging) dalam meningkatkan pemasaran produk usaha mikro kecil menengah (umkm) di “mas pack” terminal kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 8(2), 67-76. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jaakfe/article/download/40670/75676585897/1000>

Khusna, S. W., Fisabilillah, F. A. N., Iskandar, M., Falakh, S. I., Andianto, A., & Nurfuadi, N. (2023). Peningkatan nilai jual produk melalui labeling kemasan pada produk UMKM Desa Lengerong. *Kampelmas*, 2(1), 293-303.

<https://proceedings.uinsaizu.ac.id/index.php/kampelmas/article/download/653/581> Pramita, A., Somantri, O., Prasadi, O., Rahayu, T. E. P. S., Triwuri, N. A., & Fadlilah, I. (2022).

Peningkatan Pemahaman Mengenai Desain Label dan Kemasan Pada Produk Oleh-Oleh di Desa Widarapayung Wetan Kabupaten Cilacap. *HIKMAYO: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT AMAYO*, 1(2), 80-93.

<https://jurnal.amayogyakarta.ac.id/index.php/HIKMAYO/article/view/77>

Satriadi, I., Surahmat, S., Kesuma, F. P., Rahman, A., & Natawijaya, K. (2024). Pelatihan desain grafis untuk kemasan produk dan label pada ukm dapur ummi kyana palembang. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 3(1), 56-60. <https://syadani.onlinelibrary.id/index.php/JS/article/view/173>