

## EFEKTIVITAS PENGEMASAN DAN FOTO PRODUK DALAM MENJAMIN KEAMANAN DAN ESTETIKA PRODUK PADA UMKM TAHU BIMA

Feninda Nur Saputri<sup>1</sup>, Mei Linda Anggraini<sup>2</sup>, Muhammad Abdilah<sup>3</sup>, Vidyanova Rizky Ramadhani<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Prodi D3 Akuntansi & PSDKU Politeknik Negeri Malang di Kota Kediri

Email: [fenindanur002@gmail.com](mailto:fenindanur002@gmail.com)

### Abstrak

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, namun selalu menghadapi berbagai tantangan daya saing yang terus meningkat. Salah satu faktor kunci keberhasilan UMKM, khususnya di sektor makanan, adalah pengemasan yang efisien dan higienis serta visualisasi produk yang menarik. Penelitian ini berfokus pada efektivitas penggunaan sarung tangan dalam pengemasan untuk menjamin keamanan produk serta dampak foto produk yang berkualitas dalam meningkatkan estetika dan citra merek. Dengan strategi ini, UMKM Tahu Bima diharapkan mampu memenuhi ekspektasi konsumen, memperkuat loyalitas pelanggan, dan meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif dengan teknik pelatihan dan pendampingan berbasis *Asset-Based Community Development* (ABCD). Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara deskriptif. Pendampingan kepada UMKM Tahu Bima memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan daya saing produk. Inovasi pengemasan menggunakan sarung tangan plastik membuat proses lebih efisien dan higienis, menjaga keamanan serta kualitas produk. Pelatihan fotografi produk menghasilkan visualisasi yang lebih estetis dan profesional, meningkatkan daya tarik konsumen dan memperbaiki citra merek. Hasilnya, pelaku UMKM mampu meningkatkan pemahaman terhadap pengemasan, menghasilkan dokumentasi produk yang lebih menarik, memperluas jangkauan pasar melalui media sosial, dan meningkatkan volume penjualan. Pendampingan ini diharapkan dapat berkontribusi pada keberlanjutan dan daya saing UMKM di pasar lokal.

**Kata kunci:** Pengemasan, Kualitas, Estetika.

### 1. PENDAHULUAN

Era persaingan industri yang semakin kompetitif telah menjadikan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), kerap menghadapi berbagai tantangan. UMKM berperan menjadi motor penggerak utama dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan memajukan ekonomi lokal, serta berperan dalam menciptakan lapangan kerja. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional sangat signifikan, terutama di tengah tantangan globalisasi dan perubahan preferensi konsumen. Namun, tantangan yang dihadapi oleh UMKM tidaklah ringan, khususnya dalam hal meningkatkan daya saing produk di tengah ekspektasi konsumen yang terus berkembang yang menuntut UMKM untuk terus beradaptasi dan berinovasi agar tetap relevan dan kompetitif. Salah satu aspek penting yang berkontribusi terhadap keberhasilan UMKM adalah membuat inovasi dalam pengemasan produk yang efektif dan penyajian visual produk melalui media pemasaran. Hal tersebut memainkan

peranan penting sebagai strategi untuk menarik perhatian konsumen sekaligus membangun kepercayaan mereka terhadap kualitas produk.

UMKM Tahu Bima, sebagai salah satu produsen tahu yang telah lama beroperasi di pasar lokal, menghadapi tantangan yang sama. Selain sulitnya menghadapi daya saing yang sangat kompetitif, UMKM Tahu Bima sering kali dihadapkan pada berbagai tantangan, terutama keterbatasan dalam hal sumber daya. Keterbatasan ini mencakup berbagai aspek, seperti kekurangan tenaga kerja terampil dalam bidang pemasaran dan terbatasnya akses terhadap teknologi atau infrastruktur pemasaran yang lebih canggih. Kondisi ini menjadi hambatan besar dalam merancang dan melaksanakan strategi pemasaran yang efisien dan berkelanjutan. Langkah sederhana yang dapat memberikan hasil signifikan, seperti memastikan pengemasan produk yang aman dan menarik serta menggunakan foto produk yang berkualitas. UMKM dapat menggunakan strategi ini agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat citra merek, dan mendorong loyalitas pelanggan terhadap produk mereka. Meskipun telah memiliki basis konsumen setia, UMKM ini terus berupaya meningkatkan kualitas produknya sekaligus memenuhi ekspektasi konsumen yang terus berkembang. Aspek krusial yang mendukung daya saing produk mencakup pengemasan produk dengan standar higienis menggunakan sarung tangan dan pengoptimalan penyajian visual produk melalui foto yang menarik dan profesional. Topik ini menjadi fokus pembahasan karena pengemasan dan visualisasi produk adalah dua elemen strategis yang dapat mendukung daya saing UMKM secara berkelanjutan.

Proses pengemasan makanan memiliki peran penting dalam menjaga produk selama penyimpanan dan distribusi dari produsen ke konsumen (Safirin et al., 2023). Pengemasan yang dilakukan dengan prosedur yang higienis dan aman seperti penggunaan sarung tangan selama proses pengemasan, tidak hanya melindungi produk dari kerusakan fisik atau mencegah terjadinya kontaminasi, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi merek. Pengemasan yang menarik secara visual dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen, menjadikannya tampak lebih profesional dan berkualitas. Desain atau elemen pengemasan tertentu, seperti logo, warna khas, atau bahan yang unik, dapat memperkuat identitas merek dan menjadikannya lebih mudah dikenali oleh konsumen. Hal ini menjadi sangat relevan dalam konteks UMKM, khususnya yang bergerak di sektor makanan, seperti UMKM Tahu Bima, karena kualitas produk adalah salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan dan kepercayaan konsumen. Topik ini dipilih karena pengemasan merupakan salah satu elemen strategis yang sering kali diabaikan oleh banyak pelaku UMKM, padahal dampaknya terhadap keberhasilan bisnis sangat signifikan. Dalam dunia usaha modern, pengemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga menjadi bagian dari strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya tarik visual produk di mata konsumen. Selain itu, pengemasan yang dilakukan dengan standar higienis menunjukkan komitmen produsen terhadap keamanan dan kesehatan konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Foto produk memberikan kesan yang membangun dan dapat memperkuat identitas merek. Penggunaan elemen visual yang seragam, seperti palet warna, latar belakang, dan gaya, berperan penting dalam membangun identitas merek yang konsisten dan mudah dikenali (E. Kurniawan et al., 2024). Visualisasi produk melalui foto berkualitas memegang peranan penting dalam membangun citra profesional produk. Konsumen cenderung lebih tertarik pada produk yang disajikan secara visual dengan cara yang menarik dan estetik, terutama di era digital di mana platform online menjadi salah satu saluran utama pemasaran. Penyajian visual yang konsisten tidak hanya dapat menarik konsumen baru, tetapi juga memperkuat loyalitas konsumen lama terhadap produk yang ditawarkan. Foto produk yang berkualitas tinggi mampu menciptakan kesan pertama yang positif, memperkuat identitas

merek, dan memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam dunia bisnis modern, khususnya di sektor UMKM, visualisasi produk yang menarik telah menjadi elemen strategis dalam pemasaran. Foto produk tidak hanya berfungsi sebagai representasi visual dari produk yang dijual, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang mampu menyampaikan kualitas, nilai estetika, dan profesionalisme dari sebuah merek. Topik ini dipilih karena di era digital saat ini, foto produk berkualitas telah menjadi kebutuhan utama dalam pemasaran, khususnya untuk memanfaatkan platform online seperti media sosial dan marketplace. Selain itu, relevansi topik ini juga terletak pada kemampuannya untuk menjawab tantangan yang dihadapi oleh UMKM dengan sumber daya terbatas. Foto produk berkualitas dapat dihasilkan tanpa memerlukan peralatan atau teknologi yang mahal, tetapi membutuhkan pemahaman akan prinsip-prinsip dasar visualisasi yang efektif. Dengan teknik sederhana namun strategis, UMKM dapat memaksimalkan potensi produk mereka untuk bersaing, baik di pasar lokal maupun digital.

Kombinasi pengemasan yang efektif dan foto produk berkualitas diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi UMKM Tahu Bima, tidak hanya dalam menjamin keamanan dan estetika produk, tetapi juga dalam membangun loyalitas konsumen UMKM Tahu Bima secara optimal, yang pada akhirnya dapat meningkatkan daya saing di pasar. Pengemasan yang aman dapat mencegah kontaminasi produk selama distribusi, sedangkan penggunaan foto produk yang berkualitas dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap mutu produk yang ditawarkan. Pemilihan topik ini didasarkan pada relevansi dan urgensinya dalam mendukung pengembangan UMKM, khususnya di sektor makanan. Pengemasan produk makanan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga menjadi sarana komunikasi antara produsen dan konsumen. Begitu pula dengan foto produk yang berkualitas, mampu menjadi "wajah" dari sebuah merek di platform digital, yang semakin menjadi kanal utama dalam pemasaran di era saat ini. Dengan memahami pentingnya kedua aspek tersebut, UMKM diharapkan mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif dan memenuhi ekspektasi konsumen modern. Pengemasan higienis dan penggunaan foto produk yang menarik dapat menjadi solusi yang praktis namun memiliki dampak besar. Langkah-langkah ini tidak hanya meningkatkan nilai tambah produk, tetapi juga menjadi bagian dari strategi untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen melalui kepercayaan dan kepuasan.

Manfaat dari pembahasan topik ini sangat luas, baik bagi UMKM maupun masyarakat secara umum. Bagi UMKM, penelitian ini memberikan panduan praktis tentang bagaimana meningkatkan kualitas pengemasan dan visualisasi produk untuk memperkuat citra merek dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Sementara itu, bagi masyarakat, penelitian ini turut mendorong terciptanya produk yang lebih berkualitas, aman, dan menarik, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, keberhasilan UMKM dalam mengadopsi strategi ini juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat daya saing produk Indonesia. Penelitian ini memberikan manfaat besar pelaku UMKM dengan menekankan pentingnya pengemasan dan visualisasi produk sebagai bagian dari strategi pemasaran modern. Meningkatkan kesadaran akan aspek-aspek penting dalam pengemasan, UMKM tidak hanya dapat meningkatkan nilai tambah pada produknya, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal melalui produk-produk yang lebih kompetitif di pasar. UMKM juga menciptakan hubungan saling menguntungkan antara produsen dan konsumen. Strategi ini dilakukan UMKM agar memberikan perhatian khusus pada pengemasan yang aman dan menarik serta penggunaan foto produk yang berkualitas, UMKM Tahu Bima dapat menciptakan nilai lebih yang berarti dalam proses pemasaran mereka. Sedangkan, manfaat dari pembahasan topik ini bagi masyarakat tidak hanya terletak pada tersedianya produk yang lebih berkualitas, aman, dan

menarik, tetapi juga pada meningkatnya kesadaran akan pentingnya mendukung produk lokal. Dengan hadirnya produk yang dikemas secara higienis dan disajikan secara profesional, konsumen dapat merasa lebih percaya dan puas terhadap produk-produk UMKM, termasuk UMKM Tahu Bima. Hal ini menciptakan siklus ekonomi yang positif, di mana peningkatan kualitas produk mendorong loyalitas konsumen, sementara dukungan konsumen membantu UMKM bertumbuh dan memberikan kontribusi lebih besar kepada ekonomi lokal. Selain itu, masyarakat juga diuntungkan dengan meningkatnya standar produk yang beredar di pasar. Inovasi pengemasan dan visualisasi yang baik dapat mendorong produsen lain untuk terus berkompetisi secara sehat dalam menyediakan produk yang tidak hanya aman tetapi juga memenuhi kebutuhan estetika dan gaya hidup konsumen. Secara tidak langsung, penelitian ini juga dapat mendorong edukasi bagi masyarakat tentang pentingnya memilih produk yang berkualitas dan memahami nilai tambah dari produk lokal. Lebih jauh lagi, keberhasilan strategi ini berpotensi menginspirasi munculnya UMKM baru yang lebih inovatif, sehingga memperluas lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

UMKM Tahu Bima bukan hanya melindungi produk atau menunjukkan kualitas, tetapi juga tentang membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen melalui kepercayaan dan citra merek yang kuat. Strategi ini membantu UMKM Tahu Bima bertahan dalam pasar yang kompetitif, tetapi juga dapat terus tumbuh dan berkembang, meskipun dengan keterbatasan sumber daya yang ada. Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas pengemasan menggunakan sarung tangan dalam menjamin keamanan dan perlindungan produk serta dampak foto produk berkualitas dalam mendukung estetika dan citra merek pada UMKM Tahu Bima. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih mendalam, solusi praktis serta inspirasi bagi pelaku UMKM lainnya untuk terus berinovasi dan meningkatkan daya saing mereka di pasar.

## **2. METODE**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif dengan teknik pelatihan dan pendampingan berbasis *Asset Based Community Development* (ABCD). Penelitian deskriptif merupakan proses pengolahan data agar dapat disampaikan secara jelas dan tepat, sehingga mudah dipahami oleh orang yang tidak secara langsung mengalami hal tersebut. Dengan demikian, penelitian deskriptif adalah pendekatan yang digunakan untuk menyelidiki perilaku, fenomena, peristiwa, masalah, atau situasi tertentu. Hasil penelitian ini disajikan dalam bentuk uraian yang bermakna, berupa penjelasan terperinci yang membantu memberikan pemahaman mendalam mengenai objek yang diteliti (Leksono et al., 2013). Metode penelitian deskriptif dipilih karena pendekatan ini dapat memberikan gambaran yang jelas dan terperinci mengenai fenomena yang sedang diteliti. Penelitian ini berfokus pada praktik pengemasan menggunakan sarung tangan serta penggunaan foto produk berkualitas, sehingga membutuhkan deskripsi yang mendalam untuk memahami bagaimana kedua aspek tersebut diimplementasikan dan berkontribusi terhadap keamanan serta daya tarik produk. Pendekatan deskriptif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi sejauh mana strategi pengemasan dan visualisasi produk yang dilakukan oleh UMKM Tahu Bima efektif dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Dengan menggunakan metode ini, penelitian dapat menjelaskan secara rinci proses-proses yang ada, termasuk prosedur pengemasan yang higienis, pemilihan bahan, dan teknik fotografi yang digunakan untuk menghasilkan foto produk berkualitas. Hasil dari penelitian ini disampaikan dalam bentuk narasi yang tidak hanya memberikan pemahaman mendalam, tetapi juga memudahkan pembaca untuk mengetahui dampak dari pengemasan dan foto produk terhadap keamanan serta estetika produk. Selain itu, pendekatan ini sangat relevan karena penelitian deskriptif mampu menggambarkan kondisi nyata di lapangan. Topik ini menyoroti pentingnya pengemasan dan

visualisasi produk untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis, baik bagi UMKM Tahu Bima maupun pelaku UMKM lainnya yang ingin memperbaiki strategi pemasaran dan branding produk mereka. Pendekatan deskriptif juga membantu menghubungkan teori mengenai pengemasan dan pemasaran dengan implementasi langsungnya di lapangan, sehingga menghasilkan analisis yang aplikatif dan relevan. Dengan demikian, metode deskriptif merupakan pilihan yang tepat karena dapat menyajikan uraian komprehensif tentang bagaimana pengemasan dan visualisasi produk berkualitas memengaruhi aspek keamanan dan estetika, sekaligus memberikan panduan yang dapat diterapkan oleh UMKM dalam meningkatkan kualitas produknya.

*Asset Based Community Development* (ABCD) dipilih sebagai teknik pelatihan dan pendampingan dalam penelitian ini karena efektif dalam memanfaatkan aset lokal untuk pengembangan berkelanjutan. Selain itu, pendekatan ABCD menekankan pada penggalian potensi dan kapasitas yang dimiliki oleh UMKM Tahu Bima. Pendekatan ini membantu UMKM untuk memanfaatkan sumber daya yang ada secara optimal, baik dalam meningkatkan kualitas pengemasan dengan prosedur higienis seperti penggunaan sarung tangan, maupun dalam menghasilkan foto produk berkualitas untuk memperkuat estetika dan citra merek. Teknik ini relevan karena mendorong kemandirian dan partisipasi aktif UMKM dalam menyelesaikan tantangan mereka, sehingga hasil pendampingan lebih berkelanjutan dan sesuai dengan kebutuhan lokal. Pendekatan ABCD pertama kali diperkenalkan oleh Kretzmann dan McKnight pada tahun 1988 sebagai cara untuk membantu masyarakat mengatasi masalah diskriminasi dan kemiskinan. Prinsip utama dari pendekatan berbasis aset adalah swadaya (*self-help*), karena swadaya merupakan inti dari pendekatan ini. Dalam pendekatan ini, praktisi berperan sebagai fasilitator yang bertugas menyediakan sarana, mengatur proses, serta membantu mengidentifikasi potensi dan kemampuan yang dimiliki masyarakat. Namun, masyarakat itu sendirilah yang harus aktif bergerak, bekerja sama, dan menentukan strategi untuk mencapai tujuan bersama secara kolektif. Masyarakat sering kali kurang menyadari kapasitas yang mereka miliki dalam mengelola masalah, sehingga cenderung lebih bergantung pada sumber daya eksternal, seperti bantuan keuangan atau infrastruktur dari pemerintah. Selain itu, ada kecenderungan masyarakat lebih mempercayai teknisi atau tenaga profesional, seperti pembuat kebijakan atau pemerintah, untuk menyelesaikan berbagai permasalahan sosial. Padahal, masyarakat sendiri sebenarnya adalah pihak yang paling memahami, merasakan, dan memiliki pengetahuan mendalam mengenai permasalahan dalam konteks lokal mereka (Bela et al., 2024).

Dengan demikian, metode penelitian dengan pendekatan deskriptif dan teknik pelatihan serta pendampingan berbasis *Asset-Based Community Development* (ABCD) merupakan kombinasi yang tepat untuk mengkaji efektivitas pengemasan menggunakan sarung tangan dan foto produk berkualitas dalam menjamin keamanan serta estetika produk pada UMKM Tahu Bima. Pendekatan deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran yang jelas dan mendalam mengenai fenomena yang diteliti, sementara teknik ABCD memungkinkan pemberdayaan UMKM melalui penggalian potensi lokal dan sumber daya yang ada, sehingga menciptakan solusi yang berkelanjutan dan relevan dengan kebutuhan mereka. Metode tersebut dapat dijelaskan melalui beberapa poin sebagai berikut:

a. Tahap Kegiatan

Kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahap sebagai berikut:

1) Persiapan

- a) Identifikasi kebutuhan UMKM terkait aspek pengemasan dan visualisasi produk melalui wawancara dan observasi (Muwaffiq et al., 2022).

- b) Pengumpulan informasi tentang bahan dan alat yang diperlukan untuk pengemasan dan fotografi produk, seperti jenis sarung tangan yang sesuai untuk pengemasan makanan dan peralatan fotografi sederhana.
  - c) Penyusunan modul pelatihan yang mencakup panduan teknis tentang pengemasan higienis dan teknik fotografi produk.
- 2) Pelaksanaan Pelatihan
- a) Pengemasan: Pelatihan dilakukan untuk memastikan penggunaan sarung tangan saat pengemasan dilakukan secara higienis, aman, dan efisien. Peserta diajarkan cara menjaga kualitas produk melalui pengemasan yang baik (Safirin et al., 2023).
  - b) Fotografi Produk: Pelatihan ini mencakup pengenalan dasar tentang pencahayaan, komposisi, dan pengaturan latar belakang untuk menghasilkan foto produk yang menarik dan profesional.
- 3) Pendampingan
- a) Setelah pelatihan, peserta diberikan kesempatan untuk mempraktikkan apa yang telah dipelajari dengan bimbingan dari tim pelaksana.
  - b) Tim memberikan umpan balik langsung terhadap hasil pengemasan dan foto produk peserta untuk memastikan kualitas yang diharapkan tercapai.
- 4) Evaluasi
- a) Melakukan evaluasi terhadap hasil pelatihan dengan membandingkan kualitas pengemasan dan foto produk sebelum dan sesudah pelatihan.
  - b) Mengukur tingkat kepuasan peserta terhadap materi dan pelaksanaan pelatihan melalui kuesioner dan wawancara singkat.

b. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui:

1) Observasi Langsung

Observasi adalah mengamati proses pengemasan dan pengambilan foto produk oleh peserta. Observasi merupakan proses mengamati dengan teliti aktivitas manusia dan kondisi fisik di sekitar tempat terjadinya kegiatan. Pengamatan ini dilakukan secara teratur dan terus-menerus di lokasi kegiatan yang berlangsung alami, dengan tujuan untuk mendapatkan informasi atau fakta yang akurat (Hasanah, 2017). Hadi (1986: 32) dalam (Hasanah, 2017) menjelaskan bahwa observasi adalah proses yang kompleks, yang melibatkan berbagai aspek biologis dan psikologis, seperti mengamati, memahami, dan mengingat apa yang dilihat. Bentuk observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi kelompok. Observasi kelompok merupakan strategi penelitian kolaboratif di mana tim peneliti bersama-sama mengamati dan menganalisis suatu isu untuk menghasilkan data yang akurat dan mendalam (Iryana & Kawasati, n.d.). Terdapat tujuh elemen utama dalam proses observasi yang membentuk tahapan-tahapan dalam kegiatan ini. Proses observasi mencakup langkah-langkah seperti pemilihan (*selection*), pengubahan (*provocation*), pencatatan (*recording*), dan pengkodean (*encoding*), rangkaian perilaku dan suasana (*tests of behavior setting*), *in situ*, dan untuk tujuan empiris (Hasanah, 2017).

Pemilihan (*selection*) menunjukkan bahwa dalam pengamatan ilmiah, pengamat memilih dan memfokuskan perhatian pada objek yang diamati, baik secara sadar maupun tidak sadar. Pemilihan ini mempengaruhi apa yang akan diamati, dicatat, dan disimpulkan. Peneliti dapat memilih fenomena alam, sosial, atau kemanusiaan yang dianggap relevan dengan kebutuhan informasi yang diinginkan. Dalam proses ini, peneliti memilih subjek yang akan diamati dengan melibatkan berbagai kemampuan indrawi. Pengubahan (*provocation*) berarti observasi yang dilakukan secara aktif, bukan hanya pasif. Peneliti diperbolehkan untuk memodifikasi perilaku atau suasana tanpa mengganggu keaslian atau kelayakan kondisi tersebut. Mengubah perilaku berarti secara sengaja memicu respon tertentu, misalnya

dengan memengaruhi perilaku orang lain melalui contoh atau keteladanan dalam situasi tertentu. Pencatatan (*recording*) merupakan langkah penting dalam merekam kejadian-kejadian melalui catatan lapangan, sistem kategori, dan metode lainnya. Setiap kejadian harus didokumentasikan untuk menghindari kelupaan. Kemampuan mengingat pengamat terbatas dan beragam, sehingga pencatatan sangat penting. Selain itu, subjek yang diamati dapat berubah perilaku jika menyadari sedang diamati dan dicatat, berbeda dengan pengamatan terhadap benda atau hewan. Pengkodean (*encoding*) merupakan tahap penting dalam pengolahan data, yang melibatkan penyederhanaan catatan-catatan menjadi bentuk yang lebih terstruktur. Proses ini dapat dilakukan dengan menghitung frekuensi perilaku, mengidentifikasi pola, dan menggunakan kata-kata kunci untuk memperjelas pengamatan. *In situ* merupakan pendekatan ilmiah yang melibatkan pengamatan langsung kejadian dalam lingkungan alamiahnya, tanpa intervensi. Elemen observasi ini bertujuan memahami gejala atau realitas secara empiris dan mendalam. Observasi untuk tujuan empiris bertujuan mengumpulkan data yang akurat dan relevan, yang meliputi deskripsi fenomena, pengembangan teori dan hipotesis melalui penelitian kualitatif, serta pengujian teori dan hipotesis melalui penelitian kuantitatif (Hasanah, 2017).

## 2) Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan masukan dari pelaku UMKM mengenai kendala dan manfaat yang dirasakan setelah mengikuti pelatihan. Menurut Sugiyono (2016:317) dalam (F. Kurniawan, 2018) wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang efektif untuk mengidentifikasi permasalahan penelitian dan memperoleh informasi mendalam dari responden. Dalam teknik wawancara ini, peneliti melakukan tanya jawab secara tatap muka kepada pemilik UMKM Tahu Bima untuk mengetahui lebih dalam terkait proses pengemasan produk yang selama ini dilakukan di tempat produksi. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi berstruktur. Proses wawancara semi berstruktur dimulai dengan pedoman yang sistematis, mencakup isu-isu penting yang akan diteliti. Peneliti memiliki kebebasan untuk mengembangkan pertanyaan dan memfokuskan pada area tertentu. Pedoman tersebut dapat direvisi berdasarkan temuan baru untuk memastikan tujuan penelitian tercapai (Rachmawati, 2007).

## 3) Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk merekam hasil pengemasan dan foto produk sebagai bahan evaluasi. Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang sistematis melalui pencatatan dan analisis dokumen-dokumen yang ada, seperti catatan sejarah, laporan, dan data statistik, untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang peristiwa atau kejadian sosial (Yusuf, 2014) dalam (Iryana & Kawasati, n.d.). Menurut Iryana dan Kawasati, teknik studi dokumentasi melibatkan pengumpulan dan analisis data dari sumber-sumber tertulis seperti arsip, buku, artikel, dan dokumen resmi untuk memperoleh informasi mendalam tentang suatu topik penelitian. Metode dokumentasi menawarkan beberapa keuntungan, termasuk efisiensi waktu, tenaga, dan biaya, karena data dapat diperoleh dengan mudah dari sumber yang sudah ada. Namun, metode ini juga memiliki kelemahan signifikan, yaitu validitas dan reliabilitas data yang rendah, sehingga memerlukan evaluasi kritis.

## c. Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan efektivitas pengemasan dan fotografi produk dalam meningkatkan keamanan dan estetika produk UMKM Tahu Bima. Analisis dilakukan dengan membandingkan hasil observasi dan dokumentasi sebelum dan sesudah pelatihan untuk menilai perubahan yang terjadi, baik dari segi tampilan visual produk maupun dari sisi keamanan pengemasan yang dapat mempengaruhi kualitas dan daya tahan produk. Selain itu, perbandingan tersebut juga

bertujuan untuk melihat apakah penerapan teknik fotografi yang lebih profesional dapat menarik lebih banyak perhatian konsumen, serta apakah desain pengemasan yang lebih baik dapat meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan pelanggan terhadap produk. Metode ini diharapkan dapat memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan daya saing UMKM Tahu Bima melalui inovasi pengemasan dan visualisasi produk yang menarik, sehingga dapat memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk secara keseluruhan.

### 3. HASIL



**Gambar 1. Pendampingan UMKM Tahu Bima**

UMKM Tahu Bima berlokasi di Dusun Babakan, Desa Tugurejo, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri. UMKM ini merupakan salah satu usaha lokal yang telah berkembang dan berkontribusi dalam memajukan perekonomian masyarakat sekitar. Terdapat dua produk utama yang dihasilkan oleh UMKM ini, yaitu Tahu Takwa Bima, yang menjadi ikon khas daerah Kediri, serta Stik Tahu Bima, yang merupakan inovasi olahan tahu dalam bentuk camilan ringan yang renyah dan lezat. Kedua produk ini tidak hanya diminati oleh masyarakat lokal tetapi juga menjadi pilihan oleh-oleh favorit bagi wisatawan yang berkunjung ke wilayah Kediri. UMKM Tahu Bima telah menunjukkan komitmen terhadap legalitas usaha dengan memiliki surat izin resmi yang terdaftar pada tahun 2022, dengan nomor P-IRT 2113506010700-27. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan telah memenuhi standar keamanan dan kualitas pangan, sehingga semakin meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka. Hingga saat ini, UMKM Tahu Bima telah memiliki beberapa pelanggan tetap, termasuk sejumlah toko oleh-oleh di berbagai wilayah Kediri, yang secara konsisten memasarkan produk-produk unggulan mereka. Dengan kualitas produk yang terjaga dan hubungan baik dengan mitra usaha, UMKM Tahu Bima terus berupaya untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkokoh posisinya sebagai salah satu produsen tahu khas Kediri yang terpercaya.

UMKM Tahu Bima melakukan proses pengemasan untuk produk Stik Tahu Bima dan Tahu Takwa Bima dengan menggunakan alat sederhana berupa penjepit makanan atau *food tongs*. Meskipun metode ini telah digunakan secara rutin, menurut peneliti, cara ini dinilai kurang efisien dalam mendukung proses pengemasan yang cepat dan efektif. Penggunaan *food tongs* membuat proses pengemasan menjadi lebih lambat karena setiap produk harus dijepit satu per satu, yang tentunya memerlukan waktu lebih lama, terutama ketika volume produksi sedang tinggi. Selain itu, penggunaan penjepit makanan juga dianggap kurang optimal dari segi keamanan dan keawetan produk. Alat ini dapat meningkatkan risiko

kerusakan pada produk, terutama pada Stik Tahu Bima, yang memiliki tekstur renyah dan mudah patah apabila tidak ditangani dengan hati-hati. Hal ini dapat memengaruhi kualitas produk yang sampai ke tangan konsumen, sehingga berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dalam teknik dan alat pengemasan untuk meningkatkan efisiensi, menjaga kualitas produk, serta mendukung keberlanjutan usaha UMKM Tahu Bima di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

UMKM Tahu Bima saat ini menjalankan strategi promosi pemasaran dengan memanfaatkan foto produk sebagai salah satu media utama untuk menarik perhatian konsumen. Namun, berdasarkan pengamatan penulis, foto-foto yang digunakan dalam promosi tersebut dinilai kurang memiliki nilai estetika yang memadai. Foto-foto tersebut cenderung kurang memperlihatkan keunggulan dan kualitas produk secara maksimal, baik dari segi pencahayaan, komposisi, maupun latar belakang. Akibatnya, kesan visual yang ditampilkan belum mampu menggambarkan kualitas produk yang sebenarnya, sehingga potensi daya tarik terhadap konsumen menjadi kurang optimal. Padahal, dalam dunia pemasaran modern, terutama di era digital saat ini, visualisasi produk yang menarik dan berkualitas tinggi memainkan peran penting dalam membangun citra merek, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan mendorong keputusan pembelian. Foto produk yang kurang estetis dapat membuat konsumen ragu untuk mencoba, meskipun sebenarnya produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang sangat baik. Oleh karena itu, diperlukan perbaikan dalam teknik fotografi, termasuk pemilihan sudut pengambilan gambar, penggunaan pencahayaan yang tepat, serta penataan latar belakang yang lebih profesional. Dengan peningkatan pada aspek visual ini, UMKM Tahu Bima diharapkan dapat menyampaikan pesan bahwa produk mereka tidak hanya berkualitas tetapi juga layak bersaing di pasar yang lebih luas, sehingga mampu meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka.

Kegiatan pengabdian menghasilkan beberapa dampak positif pada UMKM Tahu Bima. Hasil utama adalah peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya pengemasan yang aman dan menarik. Pelaku UMKM menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam memilih bahan pengemasan yang higienis dan estetis, seperti penggunaan sarung tangan selama proses pengemasan dan pemilihan bahan ramah lingkungan yang berkualitas tinggi. Kualitas foto produk UMKM juga meningkat signifikan. Produk yang difoto dengan teknik yang diajarkan terlihat lebih profesional dan menarik, sehingga memberikan daya tarik lebih pada calon konsumen. Dokumentasi visual adalah sebuah metode yang digunakan untuk memvisualisasikan suatu objek atau tema dalam bentuk video yang informatif (Wulan Rahmadani et al., 2022). Dokumentasi visual digunakan dalam materi promosi digital, seperti media sosial dan katalog produk, yang berkontribusi pada peningkatan eksposur pasar. Kegiatan pengabdian menghasilkan dampak positif yang signifikan pada UMKM Tahu Bima. Hasil-hasil utama yang dicapai:

a. Peningkatan Pemahaman Pengemasan

Pelaku UMKM menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan mengenai pentingnya pengemasan yang aman dan menarik. Mereka kini mampu memilih bahan pengemasan yang higienis dan estetis, seperti penggunaan sarung tangan selama proses pengemasan dan pemilihan bahan ramah lingkungan yang berkualitas tinggi.



**Gambar 2. Pengemasan Tahu Takwa Bima Menggunakan Sarung Tangan**



**Gambar 3. Pengemasan Stik Tahu Bima Menggunakan Sarung Tangan**

**b. Kualitas Foto Produk yang Lebih Baik**

Produk yang difoto menggunakan teknik yang diajarkan terlihat jauh lebih profesional dan menarik. Foto-foto ini memberikan daya tarik visual yang lebih kuat kepada calon konsumen. Dokumentasi visual tersebut digunakan dalam berbagai materi promosi digital, seperti unggahan media sosial, katalog produk, dan platform penjualan online. Hasilnya, produk mendapatkan eksposur pasar yang lebih luas.



**Gambar 4. Teknik Foto Produk Sebelum Pendampingan**



**Gambar 5. Teknik Foto Produk Setelah Pendampingan**

Produk yang difoto menggunakan teknik yang diajarkan terlihat jauh lebih profesional dan menarik. Foto-foto ini memberikan daya tarik visual yang lebih kuat kepada calon konsumen. Dokumentasi visual tersebut digunakan dalam berbagai materi promosi digital, seperti unggahan media sosial, katalog produk, dan platform penjualan online. Hasilnya, produk mendapatkan eksposur pasar yang lebih luas dan memberikan dampak positif terhadap minat konsumen untuk membeli. Teknik fotografi produk yang diajarkan dalam pendampingan mencakup beberapa aspek penting, seperti pengaturan pencahayaan, komposisi gambar, penggunaan latar belakang yang bersih, dan pemilihan sudut pengambilan gambar yang sesuai. Salah satu teknik utama yang digunakan adalah pemanfaatan pencahayaan alami atau lampu tambahan untuk memberikan kesan warna produk yang lebih jelas dan nyata. Selain itu, penataan produk dilakukan dengan rapi agar terlihat lebih menarik, serta penggunaan latar belakang putih atau polos untuk menonjolkan produk sebagai fokus utama.

Sebelum pendampingan, foto produk UMKM Tahu Bima terlihat kurang menarik karena diambil tanpa memperhatikan pencahayaan yang memadai dan komposisi gambar yang baik. Produk tampak kurang jelas dan tidak mampu menggambarkan kualitas produk secara optimal. Namun, setelah pendampingan, foto produk menunjukkan peningkatan yang signifikan. Gambar menjadi lebih terang, detail produk terlihat jelas, dan keseluruhan hasil foto memberikan kesan profesional. Perbedaan ini sangat terlihat pada foto produk Stik Tahu Bima yang sekarang mampu menampilkan tekstur renyahnya dengan jelas, sementara kemasan Tahu Takwa Bima terlihat lebih menarik dan informatif. Melalui perbaikan teknik ini, foto produk tidak hanya menjadi alat promosi yang lebih efektif, tetapi juga mampu meningkatkan citra merek UMKM Tahu Bima di mata konsumen. Dengan visualisasi produk yang lebih baik, kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk meningkat, sehingga membantu memperluas pangsa pasar dan memperkuat daya saing usaha.

#### c. Peningkatan Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan konsumen terhadap produk Tahu Bima meningkat signifikan. Terlihat dari peningkatan jumlah pesanan dalam waktu singkat setelah pelaksanaan kegiatan ini. Konsumen merasa lebih yakin dengan kualitas produk yang ditawarkan karena pengemasan yang profesional dan dokumentasi visual yang menarik.

#### d. Keterlibatan Aktif Pelaku UMKM

Tim pelaksana mencatat adanya peningkatan keterlibatan aktif dari pelaku UMKM dalam pelatihan dan implementasi. Mereka dengan antusias mempraktikkan teknik-teknik baru yang diajarkan, seperti pengemasan higienis dan fotografi produk. Menunjukkan bahwa pelaku UMKM tidak hanya memahami pentingnya aspek-aspek tersebut, tetapi juga termotivasi untuk mengadopsinya dalam proses bisnis mereka.

#### e. Peningkatan Volume Penjualan

Dengan kualitas pengemasan dan foto produk yang lebih baik, UMKM berhasil menarik lebih banyak konsumen. Berdampak pada peningkatan volume penjualan, yang menjadi indikator langsung keberhasilan kegiatan pengabdian ini.

## 4. PEMBAHASAN

Pengemasan yang menarik dan higienis tidak hanya menjamin keamanan produk tetapi juga meningkatkan nilai jual produk tersebut. Pendampingan sosial adalah strategi kunci dalam keberhasilan pemberdayaan masyarakat. Pendampingan ini mencakup prinsip dasar pekerjaan sosial, yaitu membantu individu atau kelompok untuk membantu dirinya sendiri (Hatu, 2020). Pendampingan juga menunjukkan bahwa pengemasan yang efektif dapat menjadi alat pemasaran yang kuat, membantu UMKM membangun citra merek yang lebih positif. Hasil ini mencerminkan keberhasilan pendekatan partisipatif yang digunakan selama

pelatihan, di mana pelaku UMKM dilibatkan secara aktif dalam setiap tahap proses. Keberlanjutan dari hasil pendampingan ini juga menjadi perhatian utama. Tim pelaksana telah menyediakan modul pelatihan dan panduan praktis yang dapat digunakan pelaku UMKM secara mandiri di masa mendatang. Langkah ini bertujuan untuk memastikan bahwa pelaku UMKM mampu mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh secara konsisten dan bahkan mengembangkannya lebih lanjut. Pendampingan yang dilakukan kepada UMKM Tahu Bima berhasil memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan daya saing produk di pasar lokal. Pengemasan yang menarik dan higienis tidak hanya menjamin keamanan produk tetapi juga meningkatkan nilai jual produk tersebut. Pendampingan ini juga menunjukkan bahwa pengemasan yang efektif dapat menjadi alat pemasaran yang kuat, membantu UMKM membangun citra merek yang lebih positif.

a. Efektivitas Pengemasan Menggunakan Sarung Tangan dalam Menjamin Keamanan Produk

Melalui program pengabdian yang dilaksanakan, pelaku UMKM Tahu Bima mengalami peningkatan pemahaman yang signifikan mengenai pentingnya proses pengemasan yang aman, higienis, dan efisien. Menurut Widyastuti & Almira (2019) dalam (Suraya et al., 2024), semua proses pengolahan makanan harus dilakukan dengan cara yang mencegah kontak langsung antara tangan pengolah dan makanan. Untuk melindungi produk makanan, penggunaan alat seperti penjepit, sarung tangan, sendok, garpu, dan alat lainnya sangat dianjurkan. Selain itu, setiap tenaga kerja yang terlibat dalam pengolahan makanan diwajibkan mengenakan perlengkapan pelindung seperti celemek, penutup kepala, sepatu khusus dapur, serta dilarang merokok atau makan selama bekerja. Sebelumnya, UMKM Tahu Bima melakukan proses pengemasan dilakukan menggunakan alat penjepit makanan (*food tongs*), yang meskipun membantu dalam menjaga kebersihan, ternyata memiliki beberapa kekurangan. Penggunaan alat ini cenderung memperlambat proses pengemasan, sehingga tidak efisien jika diimplementasikan untuk memenuhi permintaan produksi yang tinggi. Selain itu, penjepit makanan meningkatkan risiko kerusakan pada produk, seperti pecah atau patahnya stik tahu selama pengemasan, yang dapat memengaruhi kualitas produk secara keseluruhan. Melalui inovasi yang diperkenalkan oleh tim pengabdian, pelaku UMKM mulai menggunakan sarung tangan plastik selama proses pengemasan. Metode ini dinilai lebih efisien dibandingkan dengan penggunaan penjepit makanan, karena memungkinkan proses pengemasan dilakukan dengan lebih cepat tanpa mengurangi kebersihan produk. Sarung tangan plastik juga memungkinkan pengemasan dilakukan dengan lebih hati-hati, sehingga produk tetap terjaga bentuk dan kualitasnya. Selain itu, sarung tangan plastik lebih fleksibel digunakan, memungkinkan pelaku UMKM untuk menyentuh bahan dengan kendali yang lebih baik, tanpa meninggalkan risiko kontaminasi langsung dari tangan. Inovasi ini membantu meningkatkan efisiensi waktu produksi sekaligus memastikan keamanan dan kualitas produk terjaga dengan baik hingga sampai ke tangan konsumen.

b. Penyajian Foto Produk Berkualitas dalam Menjamin Estetika Produk

Peningkatan kualitas foto produk yang signifikan memberikan dampak positif terhadap daya tarik visual produk UMKM. Sebelumnya, produk yang difoto oleh UMKM Tahu Bima tidak memperhatikan pencahayaan dan komposisi gambar, sehingga foto produk tampak kurang menarik dan kurang menggambarkan kualitas produk secara optimal. Foto produk yang kurang menarik dapat mengurangi minat konsumen untuk membeli, karena mereka tidak dapat melihat detail dan kualitas produk dengan jelas. Setelah dilakukan pendampingan dengan teknik fotografi yang tepat, foto produk mengalami peningkatan yang signifikan. Salah satu teknik yang diperkenalkan adalah penggunaan pencahayaan alami atau lampu tambahan untuk memberikan kesan warna produk yang lebih jelas dan nyata. Teknik pencahayaan ini memungkinkan produk untuk terlihat lebih terang dan detailnya lebih terperinci, sehingga meningkatkan kualitas visual yang ditampilkan. Menurut Tahalea (2021)

dalam (Furqorina et al., 2023), faktor yang memiliki pengaruh besar dalam foto produk adalah pengaturan pencahayaan. Pencahayaan merujuk pada arah dan cara cahaya mengenai objek yang difoto. Untuk menghasilkan foto produk yang baik, pencahayaan dapat menggunakan sumber cahaya yang tersedia dalam kehidupan sehari-hari, seperti cahaya matahari (*available light*) dan cahaya buatan dari lampu (*artificial light*). Selain itu, penataan produk juga dilakukan dengan lebih rapi, menggunakan latar belakang putih atau polos yang menonjolkan produk sebagai fokus utama, serta pengaturan komposisi gambar yang lebih baik untuk menciptakan foto yang lebih profesional. Perubahan ini terlihat jelas pada foto produk Stik Tahu Bima sebelum dan sesudah pendampingan yang dapat dilihat pada Gambar 4 dan 5. Foto Stik Tahu Bima yang sebelumnya tidak dapat menonjolkan tekstur renyah produk, sementara sesudah pendampingan dapat memperlihatkan tekstur dengan lebih jelas. Hasil ini tidak hanya membuat foto produk menjadi lebih efektif sebagai alat promosi, tetapi juga memperbaiki citra merek UMKM Tahu Bima di mata konsumen, yang berpotensi meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk mereka.

Output setelah mengikuti kegiatan pengabdian ini mencakup kemajuan yang terukur, seperti kemampuan pelaku UMKM dalam menerapkan teknik pengemasan dan fotografi yang diajarkan. Hasil dokumentasi produk yang lebih menarik juga mendorong minat konsumen, yang berdampak pada peningkatan volume penjualan. Pelaku UMKM kini lebih percaya diri untuk mempromosikan produk mereka secara online, memanfaatkan platform media sosial untuk menjangkau lebih banyak konsumen potensial. Kedepannya dalam jangka panjang, pelaku UMKM yang telah didampingi diharapkan mampu mempertahankan standar yang telah diajarkan, sehingga dapat terus bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

## 5. SIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini membuktikan bahwa inovasi dalam pengemasan dan visualisasi produk merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal. Pengemasan yang aman, menarik, dan higienis tidak hanya memberikan perlindungan terhadap produk tetapi juga menciptakan nilai tambah yang signifikan dalam proses pemasaran. Foto produk yang profesional memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan memperluas jangkauan pasar melalui platform digital. Kegiatan ini memberikan wawasan praktis kepada pelaku UMKM tentang cara meningkatkan kualitas produk mereka sekaligus memanfaatkan teknologi sederhana untuk promosi. Dengan modul pelatihan dan panduan yang telah disediakan, pelaku UMKM diharapkan dapat mempertahankan dan mengembangkan keterampilan yang diperoleh, menjadikan kegiatan ini berkelanjutan dalam mendukung pertumbuhan dan pengembangan ekonomi lokal. Keterbatasan dalam kegiatan ini terletak pada waktu pelaksanaan yang singkat, sehingga tidak semua aspek pemasaran dapat dibahas secara mendalam. Disarankan agar pelaku UMKM terus melibatkan diri dalam pelatihan lanjutan dan mencari sumber daya tambahan untuk meningkatkan kapasitas mereka. Dengan demikian, UMKM Tahu Bima dapat terus tumbuh dan memberikan kontribusi lebih besar pada perekonomian lokal.

## 6. REFERENSI

- Bela, H. Y., Annshori, M. F., & Marshalita, M. (2024). Asset-Based Community Development. *Jurnal Inovasi Kebijakan*, 8(1), 61–74.
- Furqorina, R., Triandika, L. S., Aguslim, M., Syarif, M., & Firdaus, M. I. (2023). Pemanfaatan visual branding melalui foto produk dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 4(2), 348–356. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i2.20261>
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan

- Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Hatu, R. A. (2010). Pemberdayaan dan Pendampingan Sosial dalam Masyarakat (Suatu Kajian Teortis). *Inovasi*, 7(4), 240–254.
- Iryana, & Kawasati, R. (n.d.). Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif. *BUDIDAYA AYAM RAS PETELUR (Gallus Sp.)*, 21(58), 99–104. <https://www.unhcr.org/publications/manuals/4d9352319/unhcr-protection-training-manual-european-border-entry-officials-2-legal.html?query=excom> 1989
- Komarudin, M. F., Suganda, A., Purwatisari, A., Octevio, R. P., Amri, S., Rival, M., & Darmawan, N. (2024). Peningkatan kreativitas dan inovasi dalam pengemasan roti bagi umkm di kelurahan sawah luhur kecamatan kasemen kota serang. *Indonesian Journal of Engagement, Community Services, Empowerment and Development*, 4(2), 244–254.
- Kurniawan, E., Pratama, R. Y., Pujawahyuningsih, W., Ramadani, G., Septiana, F., Dharma, D., Ks, Y., Firmasnyah, R. A., & Janati, I. Q. (2024). Peran Foto Produk Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk UMKM Desa Sumber Gede terhubung dengan target audiens mereka dan membangun kehadiran merek yang kuat . Salah penggunaan foto produk secara efektif . Dalam entri jurnal ini. 8(2), 69–82.
- Kurniawan, F. (2018). Metode Penelitian. *Repo Unpas*, 15(2), 1–23.
- Leksono, S., Kualitatif, P., Ekonomi, I., Metode, M., Persada, R., Bab, J., & Eskriptif, A. M. E. D. (2013). *Pendekatan deskriptif*.
- Muwaffiq, A. R., Soleha, A. R., & Al Amin, E. M. N. (2022). Pengembangan UMKM melalui Peningkatan Pengemasan dan Pemasaran Berbasis Digital di Desa Grogol Kecamatan Sawoo Kabupaten Ponorogo. *The 4th International Conference on University-Community Engagement (ICON-UCE)*, 64.
- Putra, I. U., & Nafturahma, N. Al. (2023). Sosialisasi Manfaat Pengemasan Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM Snack Pak Muklis. *Jurnal Dehasen Mengabdi*, 2(2), 135–140. <https://doi.org/10.37676/jdm.v2i2.4803>
- Rachmawati, I. N. (2007). Data Collection in Qualitative Research: Interviews. *Indonesian Journal of Nursing*, 11(1), 35–40.
- Safirin, M. T., Samanhudi, D., Aryanny, E., & Pudji W, E. (2023). Pemanfaatan Teknologi Packaging untuk Meningkatkan Kualitas dan Keamanan Produk Pangan Lokal. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 31–41. <https://doi.org/10.54783/ap.v4i1.21>
- Suraya, R., Ramadhani, L., & Muizza, M. (2024). Penerapan Hygiene Dan Sanitasi Pada Olahan Pangan Keripik Singkong Pt . Kreasi Lutvi Kec . Pancur Batu. *Journal of Health and Medical Research*, 4(1), 106–116.
- Wulan Rahmadani, D. F., Kusuma Dewi, C., & Fiandra, Y. (2022). Perancangan Storyboard Video Dokumentasi Visual Kkn Tematik Budaya Keraton Sumedang Larang. *Kreatif : Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental Dan Inovatif*, 4(2), 51–54. <https://doi.org/10.53580/files.v4i2.45>
- Yudhanto, F., Anugrah, R. A., & Wijaya, O. (2022). Pelatihan Pengemasan Dan Pemasaran Produk Umkm Masyarakat Di Desa Wates Kulon Progo. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 68–73. <https://doi.org/10.33830/diseminasiabdimas.v4i1.1833>