



THE DEVELOPMENT OF PACKAGING DESIGN OF MORINGA TEA BAG AND MORINGA POWDER PRODUCTION OF KWT SRI REJEKI

Karina Citra Rani^{1*}, Nikmatul Ikhrom Eka Jayani², Noviaty Kresna Darmasetiawan³,
Elsye Tandelilin⁴, Prayogo Widyastoto Waluyo⁵

¹Departemen Farmasetika, Universitas Surabaya, Indonesia, karinacitrarani@staff.ubaya.ac.id

²Departemen Biologi Farmasi, Universitas Surabaya, Indonesia, nikmatul.ikhrom@staff.ubaya.ac.id

³Program Studi Magister Manajemen, Universitas Surabaya, Indonesia, noviatykds@staff.ubaya.ac.id

⁴Jurusan Manajemen, Program Studi Manajemen, Universitas Surabaya, Indonesia,
elin@staff.ubaya.ac.id

⁵Fakultas Industri Kreatif, Universitas Surabaya, Indonesia, prayogo.waluyo@staff.ubaya.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Kelompok Wanita Tani (KWT) Sri Rejeki Desa Bogo merupakan kelompok yang dibentuk oleh Bumdes Desa Bogo dalam bidang produksi berbagai macam produk berbasis kelor, antara lain teh dan serbuk kelor. Kualitas dan desain kemasan kedua produk yang selama ini digunakan masih terbatas dari segi stabilitas dan belum memberikan ciri khas produk. Tujuan dari pelaksanaan program pengembangan desain kemasan ini adalah untuk melakukan perbaikan kemasan kedua produk melalui pemilihan bahan kemas yang optimal, pemilihan komposisi warna yang meningkatkan atensi konsumen, penambahan logo ciri khas produk dan informasi produk. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pelatihan konsep desain kemasan, pendampingan penyusunan prototipe kemasan, dan aplikasi kemasan baru pada produk. Pelaksanaan kegiatan melibatkan KWT Sri Rejeki, tim PPDM Sentra Kelor, Bumdes Langgeng Makmur, dan Pemerintah Desa Bogo. Hasil program ini adalah kemasan baru untuk produk teh dan serbuk daun kelor dengan kualitas yang lebih baik, desain yang lebih menarik, dan terdapat informasi serta ciri khas produk. Penjualan produk mengalami peningkatan dan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk meningkat setelah digunakan kemasan baru luaran program ini.

Kata Kunci: Kemasan; Teh Kelor; Serbuk Kelor; Desa Bogo.

Abstract: Sri Rejeki Farming Women Group of Bogo village (KWT) is a group formed by Bumdes Desa Bogo in the production of various types of moringa-based products, including tea and moringa powder. The quality and packaging design of the two products which was previously used are still limited in terms of stability and do not yet provide product characteristics. The aim of implementing this packaging design development program is to renew the packaging of the two products by selecting optimal packaging materials, adjusting color compositions that increase consumer preferences, implementing product characteristic logos and product information. The method of implementing these activities is carried out through training on packaging design concepts, assistance in the preparation of packaging prototypes, and application of new packaging to the products. The implementation of this activity involved KWT Sri Rejeki, PPDM Sentra Kelor team, Bumdes Langgeng Makmur, and the Bogo Village Government. The result of this program is the new packaging for tea products and Moringa leaf powder with better quality, more attractive design, additional product information and, product characteristics. Product sales have increased and consumer confidence in product quality has increased after the use of new packaging resulted from this program.

Keywords: Packaging; Moringa Tea; Moringa Powder; Bogo Village.

**Article History:**

Received : 20-05-2021
Revised : 13-07-2021
Accepted : 19-07-2021
Online : 21-07-2021



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

A. PENDAHULUAN

Desa Bogo merupakan sebuah Desa yang terletak di Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur. Desa Bogo memiliki sumber daya alam berupa tanaman kelor yang dikelola pada lahan desa dan lahan individu warga di Desa tersebut. Potensi tanaman kelor yang dimiliki oleh desa tersebut dikembangkan oleh Pemerintah Desa Bogo menjadi berbagai macam produk olahan berbasis kelor. Kelompok Wanita Tani (KWT) Sri Rejeki merupakan kelompok produktif ekonomi yang dibentuk oleh Pemerintah Desa Bogo di bawah naungan Bumdes Langgeng Makmur untuk melakukan pengolahan, pengemasan, dan pemasaran berbagai macam produk olahan berbasis kelor. Contoh produk olahan berbahan dasar daun kelor yang telah dipasarkan dan mendapatkan respon positif masyarakat dari segi penjualan adalah the celup daun kelor dan serbuk kelor.

Kemasan merupakan salah satu aspek penting yang harus diperhatikan dalam penyimpanan dan pemasaran produk. Berdasarkan hasil studi pendahuluan dan analisis respon konsumen diketahui bahwa kemasan produk teh daun kelor dan serbuk kelor perlu dilakukan perbaikan dari segi pemilihan bahan kemas dan desain kemasan. Hal ini disebabkan stabilitas produk dengan kemasan yang selama ini digunakan sangat terbatas, yaitu hanya mampu bertahan dalam jangka waktu maksimal 6 bulan. Kemasan memiliki peranan penting dalam menentukan usia pemakaian produk. Kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi untuk melindungi produk (Mufreni, 2016). Jenis bahan kemas yang dipilih menentukan tingkat perlindungan terhadap kandungan senyawa kimia dalam produk dari pengaruh lingkungan seperti suhu dan kelembaban (Mulyawan et al., 2019). Pemilihan jenis bahan kemas ditentukan oleh jenis produk, karakteristik fisik, dan karakteristik kimia produk. Beberapa bahan kemas telah dikembangkan untuk produk makanan dan minuman antara lain plastik, alumunium foil, dan material kertas (Drago et al., 2020). Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian mengenai jenis bahan kemas untuk meningkatkan efektifitas perlindungan kemasan terhadap kualitas teh celup daun kelor dan serbuk daun kelor yang diproduksi KWT Sri Rejeki.

Kemasan selain berfungsi untuk perlindungan produk juga memiliki peran untuk menyampaikan informasi produk dan media pemasaran. Desain kemasan yang menarik dan unik dapat meningkatkan perhatian konsumen, menciptakan perasaan positif, dan meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk (Anggraeni Elisabeth, 2017). Aspek yang harus diperhatikan dalam memperbarui desain kemasan produk teh celup

dan serbuk kelor adalah bentuk, warna, dan informasi produk. Bentuk kemasan yang unik, mudah dibawa, dan memberikan gambaran isi produk harus diterapkan dalam pembaharuan desain kemasan (Mufreni, 2016). Pemilihan warna sangat penting untuk menarik perhatian konsumen dan memberikan identitas pada merk produk. Penggunaan warna yang cerah dan menarik pada kemasan produk akan membuat kemasan terlihat menonjol dari sisi pewarnaan. Efek mengkilat yang dihasilkan dari warna kemasan akan membrikan kesan mewah dan bermutu pada produk. Pemilihan warna yang tepat pada pengembangan kemasan produk dapat mempengaruhi psikologis konsumen dalam menentukan preferensi produk.

Informasi produk juga merupakan titik kritis yang harus diperhatikan pada desain kemasan. Informasi produk yang tercetak pada kemasan dapat membantu konsumen mengidentifikasi keaslian dan kualitas produk dibandingkan kompetitor. Informasi yang harus diberikan pada kemasan produk meliputi komposisi, kuantitas, instruksi penggunaan, identitas produsen, dan gambaran singkat mengenai manfaat produk (Adetayo, 2019). Logo atau *image* suatu produk harus dibangun dalam kemasan untuk memberikan impresi awal dan membangun memori konsumen terhadap produk tertentu (Yaro, 2015). Logo atau gambar mengenai daun kelor dan penandaan bahwa produk tersebut diproses secara alami dan organik dapat ditambahkan pada kemasan teh maupun serbuk daun kelor untuk memberikan ciri khas produk. Penambahan logo tersebut juga memudahkan konsumen mengenali produk tersebut dibandingkan kompetitornya.

Berdasarkan uraian tersebut, pengembangan desain kemasan teh celup dan serbuk daun kelor yang diproduksi oleh KWT Sri Rejeki perlu dilakukan untuk memperbaiki bentuk kemasan, bahan penyusun kemasan, meningkatkan *branding* produk, memberikan informasi produk yang memadai bagi konsumen, dan memberikan ciri khas produk. Program pengembangan desain kemasan produk teh dan serbuk daun kelor ini merupakan bagian kegiatan Program Pengembangan Desa Mitra (PPDM) sentra kelor yang direncanakan selama tiga tahun pendampingan (2019-2021). Pemberdayaan dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan desain kemasan untuk menghasilkan luaran kemasan baru yang mampu meningkatkan preferensi konsumen dan penjualan produk.

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengembangan desain kemasan teh celup dan serbuk kelor merupakan bagian dari Program Pengembangan Desa Mitra (PPDM) Sentra Kelor Desa Bogo. Program tersebut memperoleh pendanaan dari Direktorat Penguatan Riset dan Pengembangan (Risbang), Kementerian Riset dan Teknologi/ Badan Riset dan Inovasi Nasional (Kemenristek/BRIN)

selama tiga tahun (2019-2021). Kegiatan ini merupakan bagian dari Program Pengembangan Desa Mitra Sentra Kelor Desa Bogo pada tahun kedua. Pihak yang terlibat dalam kegiatan ini adalah mitra Kelompok Wanita Tani Sri Rejeki yang memproduksi berbagai macam produk olahan kelor, Bumdes Langgeng Makmur Desa Bogo, Pemerintah Desa Bogo, dan Tim PPDM Sentra Kelor. Tim PPDM Sentra Kelor melaksanakan transfer IPTEK dan pemberdayaan mitra pada kegiatan ini dengan metode sebagai berikut:

1. Pelatihan mengenai konsep kemasan dan pemilihan bahan kemas untuk produk makanan dan minuman
2. Pelatihan mengenai desain kemasan yang tepat untuk menarik minat konsumen
3. Analisis mengenai poin yang dapat ditingkatkan dan diperbaiki dari desain kemasan teh dan serbuk daun kelor
4. Pendampingan pemilihan bahan kemas untuk kemasan teh dan serbuk daun kelor untuk meningkatkan stabilitas produk
5. Pendampingan penyusunan konsep kemasan, pemilihan warna, penambahan informasi produk, dan logo sebagai ciri khas produk.
6. Implementasi kemasan pada produk dan analisis perbandingan jumlah penjualan produk dengan kemasan lama dan kemasan baru

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Pelatihan Konsep Kemasan dan Pemilihan Bahan Kemas untuk Produk Makanan dan Minuman

Pelatihan konsep kemasan dan pemilihan bahan kemas dilakukan secara daring dengan menggunakan *platform* zoom. Pelatihan dilaksanakan secara daring disebabkan kondisi pandemi Covid-19. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada mitra bahwa kemasan merupakan bagian integral dari produk makanan dan minuman (Buys & Mostert, 2011). Luaran dari pelatihan ini adalah mitra memahami jenis-jenis bahan kemas yang digunakan dalam kemasan produk makanan dan minuman beserta kelebihan dan kekurangannya. Berbagai jenis bahan kemas yang digunakan dalam produk makanan dan minuman antara lain gelas, metal, kertas dan karton, serta plastik (Ramos et al., 2015). Pemilihan bahan kemas berdampak signifikan terhadap kualitas produk selama distribusi dan penyimpanan. Faktor penting yang harus dikendalikan oleh kemasan untuk menjaga kualitas produk antara lain pH, temperatur penyimpanan, dan derajat interaksi antara produk dan bahan kemas primer (Marsh & Bugusu, 2007).

Pada tahap akhir pelatihan dilakukan diskusi pemilihan bahan kemas teh kelor dan serbuk daun kelor antara narasumber, tim PPDM Sentra Kelor, dan mitra KWT Sri Rejeki. Bahan kemas yang digunakan

untuk produk teh celup selama ini adalah *tea bag* dan karton. *Tea bag* yang berisi serbuk halus daun kelor langsung dimasukkan ke dalam karton tanpa pembungkus terlebih dahulu. Hasil analisis mengenai stabilitas dan fungsionalitas kemasan menunjukkan bahwa kemasan tersebut kurang dapat melindungi produk teh celup dari pengaruh lingkungan yang mempercepat degradasi produk. Selain itu, tidak adanya pembungkus *tea bag* sebelum dimasukkan ke dalam karton menyebabkan *tea bag* mudah terjatuh saat dibuka oleh konsumen. Upaya perbaikan terhadap kemasan teh celup yang akan dilakukan adalah mengemas seluruh *tea bag* yang akan dimasukkan ke dalam karton dengan alumunium foil. Alumunium foil dipilih karena mampu memberikan perlindungan yang baik terhadap kelembaban, udara, bau, cahaya, dan mikroorganisme (Marsh & Bugusu, 2007). Hal ini akan berdampak positif terhadap stabilitas produk dan kenyamanan pasien saat menggunakan produk. Perbaikan kemasan sekunder kemasan teh celup dilakukan dengan meningkatkan ketebalan karton yang digunakan dan aplikasi laminasi plastik. Laminasi pada karton bertujuan untuk meningkatkan barrier terhadap gas dan kelembaban (Yaro, 2015). Karton dengan laminasi banyak diaplikasikan untuk kemasan produk herbal kering (Marsh & Bugusu, 2007).

Sementara itu, pembaharuan bahan kemas untuk produk serbuk kelor juga dibahas dalam diskusi tersebut. Perubahan jenis bahan kemas untuk produk serbuk kelor dilakukan untuk meningkatkan perlindungan terhadap stabilitas produk. Kemasan produk serbuk kelor yang selama ini menggunakan bahan alumunium direkomendasikan untuk dialihkan menggunakan bahan alumunium dengan laminasi kertas. Bahan alumunium dengan laminasi kertas menunjukkan perlindungan yang lebih baik terhadap udara dan kelembaban dibandingkan bahan alumunium tunggal. Berdasarkan fakta tersebut, diharapkan penggunaan alumunium dengan laminasi kertas mampu meningkatkan stabilitas dan usia pemakaian produk. Kemasan juga berfungsi untuk melindungi produk dalam perjalanan dari produsen ke konsumen (Mukhtar & Nurif, 2015). Oleh karena itu diharapkan penggunaan bahan alumunium kombinasi dengan laminasi kertas diupayakan dapat melindungi produk hingga sampai pada konsumen. Gambaran mengenai pelaksanaan pelatihan secara daring dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pelaksanaan Pelatihan Pemilihan Bahan Kemas untuk Produk Makanan dan Minuman.

2) Pelatihan Desain Kemasan yang Tepat untuk Menarik Minat Konsumen

Pelatihan strategi desain kemasan untuk menarik minat konsumen dilaksanakan secara daring menggunakan media *zoom meeting*. Narasumber menyampaikan bahwa jenis produk memainkan peranan penting dalam desain kemasan produk, karena kemasan berfungsi sebagai pratinjau untuk produk yang dikemas di dalamnya. Desain kemasan yang baik harus mengkombinasikan desain visual (warna, gambar, font penulisan, bentuk, dan ukuran kemasan), penyampaian informasi produk, dan kemudahan kemasan untuk dibawa dan disimpan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemasan memiliki dampak signifikan terhadap persepsi konsumen dan minat konsumen untuk membeli produk (Mufreni, 2016). Elemen penting yang harus diperhatikan dalam menyusun desain kemasan produk teh celup dan serbuk daun kelor adalah bentuk kemasan, warna, tipografi, gambar, ukuran, dan informasi produk (Hussain et al., 2015). Kemasan diharapkan juga dapat memberikan identitas produk dan berfungsi sebagai sarana periklanan produk. Informasi pada kemasan produk makanan dan minuman juga berperan penting untuk membantu konsumen mengenali deskripsi produk, cara pemakaian, waktu kadaluarsa, legalitas produk, dan informasi mengenai kandungan kimia serta nutrisi produk. Pemberian informasi yang lengkap pada kemasan akan membantu konsumen dalam menentukan pilihan produk untuk dikonsumsi. Pelaksanaan pelatihan desain kemasan produk berbasis kelor ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Pelatihan Desain Kemasan Produk Berbasis Kelor.

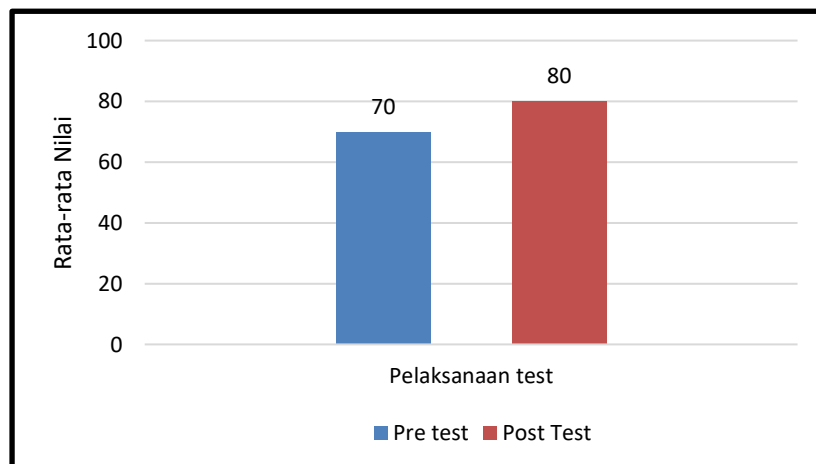
Berdasarkan pemaparan materi mengenai elemen penting kemasan untuk menarik minat konsumen, dilakukan diskusi dan rencana perbaikan desain kemasan yang akan dilakukan. Gambaran mengenai kemasan produk berbasis kelor yang selama ini digunakan (*existing*) terdapat pada Gambar 3. Rencana perbaikan yang akan dilakukan untuk kemasan teh kelor adalah memperbaiki kombinasi warna, menurunkan gradasi warna 1 tingkat di bawah warna yang saat ini digunakan. Selain itu, kombinasi warna dasar kemasan dan warna tulisan dibuat lebih kontras agar tulisan lebih mudah dibaca. Perbaikan pada kemasan serbuk daun kelor dilakukan dengan memilih kombinasi warna hijau tua dan hijau muda, memberikan gambar daun kelor, menambahkan informasi bahwa produk tersebut alami, natural, dan organik, serta tambahan informasi mengenai kandungan nutrisi daun kelor. Informasi mengenai legalitas nomor izin PIRT dan identitas produsen juga ditambahkan pada kedua produk.



Gambar 3. Kemasan Produk Berbasis Kelor (*existing*).

Pelatihan desain kemasan produk berbasis kelor yang dilaksanakan terbukti mampu meningkatkan pemahaman mitra KWT Sri Rejeki terhadap urgensi kemasan sebagai komponen pendukung pemasaran produk. Hal ini teramati dari peningkatan rata-rata nilai *post-test* (80) dibandingkan nilai *pre-test* sebelum mendapatkan

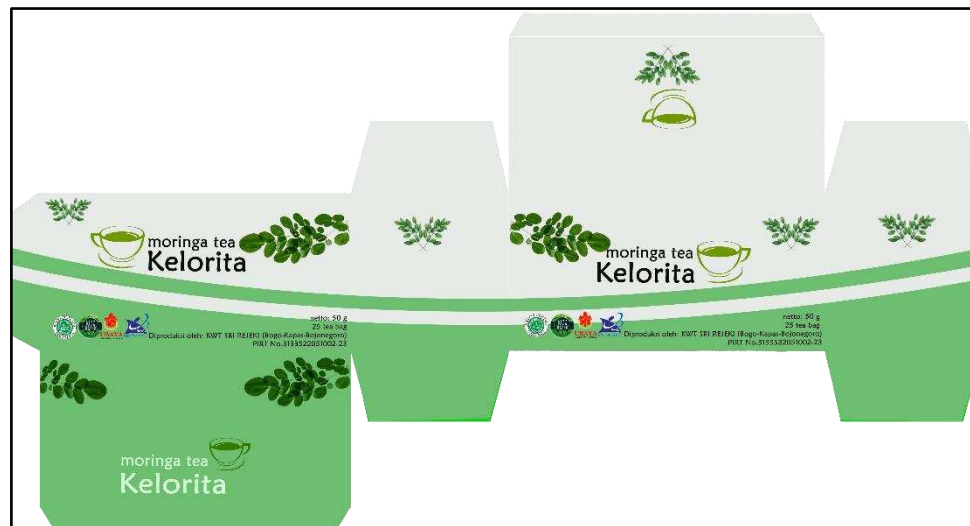
pelatihan (70) seperti yang ditunjukkan pada Gambar 4. Mitra melakukan tindak lanjut terhadap hasil penelitian dengan melakukan perbaikan desain kemasan sesuai hasil diskusi dengan Tim PPDM Sentra Kelor Desa Bogo.



Gambar 4. Nilai Pre Test dan Post Test Pelatihan Desain Kemasan.

3) Pendampingan Perbaikan Kemasan Teh Celup Daun Kelor

Perbaikan kemasan teh celup daun kelor dilakukan dengan memberikan alumunium foil sebagai pembungkus *25 tea bag* yang dimasukkan pada kemasan sekunder (karton). Alumunium foil dapat berfungsi sebagai barrier yang baik terhadap pengaruh lingkungan seperti kelembaban, udara, bau, cahaya, dan mikroorganisme. Alumunium foil juga mudah didaur ulang (Marsh & Bugusu, 2007). Perbaikan pada kemasan sekunder dilakukan dengan merubah kombinasi warna yang digunakan. Material bahan kemas, desain kemasan, dan warna merupakan faktor penting penentu keputusan konsumen membeli suatu produk (Ahmed et al., 2015). Kombinasi warna hijau tua dan kuning dirubah menjadi hijau muda dan putih keabuan. Selain itu penambahan logo daun kelor beserta tangkainya dan gelas berisi teh diharapkan dapat menjadi ciri khas produk teh daun kelor yang diproduksi oleh KWT Sri Rejeki. Informasi mengenai jumlah kemasan dalam satu karton, nomor sertifikat P-IRT produk, sertifikasi halal, dan keterangan bahwa produk diproduksi secara alami juga ditambahkan pada kemasan teh celup kelor. Kemasan produk teh celup daun kelor yang telah diperbarui ditunjukkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Kemasan Teh Celup Daun Kelor.

4) Pendampingan Perbaikan Kemasan Serbuk Daun Kelor

Tim PPDM Sentra Kelor melakukan pendampingan perbaikan kemasan serbuk daun kelor melalui penelitian stabilitas produk dan optimasi bahan kemas yang sesuai untuk serbuk daun kelor. Bahan kemas yang direkomendasikan adalah aluminium foil dengan laminasi kertas. Lapisan laminasi diharapkan dapat meningkatkan perlindungan terhadap kelembaban, minyak, udara, dan bau (Marsh & Bugusu, 2007). Laminasi juga berperan meningkatkan minat konsumen karena warna kemasan dan informasi produk terlihat lebih jelas (Khuong & Tran, 2018). Perbaikan yang dilakukan pada desain kemasan antara lain perubahan gradasi warna dari semula hijau tua dan kuning menjadi hijau tua dan hijau muda. Penambahan gambar daun kelor dan serbuk kelor dilakukan untuk meningkatkan kesan dan persepsi konsumen terhadap produk yang dikemas. Selain penambahan gambar, informasi mengenai nomor sertifikat P-IRT produk dan sertifikasi halal juga diberikan pada kemasan serbuk kelor. Informasi mengenai perbandingan kandungan nutrisi dan vitamin daun kelor dibandingkan bahan pangan yang lain ditambahkan di bagian belakang kemasan untuk meningkatkan pemahaman konsumen terhadap kandungan nutrisi serbuk daun kelor (Huang & Lu, 2016). Hasil perbaikan kemasan serbuk daun kelor ditunjukkan pada Gambar 6.



(A)

(B)

Gambar 6. Kemasan Serbuk Daun Kelor (A) Bagian Depan (B) Bagian belakang

5) Analisis Dampak Perbaikan Desain Kemasan terhadap Penjualan Produk

Implementasi desain kemasan yang baru pada produk teh celup dan serbuk daun kelor berdampak pada peningkatan penjualan produk. Peningkatan penjualan kedua produk setelah menggunakan kemasan baru dipaparkan pada Tabel 1. Berdasarkan data tersebut, terbukti bahwa penyesuaian bahan kemas, warna, desain, dan informasi pada kemasan mampu meningkatkan penerimaan dan atensi konsumen untuk membeli produk teh celup dan serbuk daun kelor. Hal ini sejalan dengan hasil analisis terdahulu yang menyimpulkan bahwa elemen penting dalam kemasan dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap produk, sehingga berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen (Hussain et al., 2015).

Pemilihan warna yang sesuai, bentuk yang menarik dan fungsional, pemberian informasi yang memadai, pemberian logo atau gambar yang berkaitan dengan produk merupakan strategi untuk meningkatkan penjualan produk. Kemasan selain memiliki fungsi utama untuk melindungi kualitas dan keamanan produk, juga memiliki fungsi lain yaitu sebagai sarana informasi dan promosi produk, termasuk produk makanan (Wyrwa & Barska, 2017). Pengembangan desain kemasan untuk produk teh celup dan serbuk kelor terbukti efektif untuk meningkatkan preferensi konsumen terhadap kedua produk. Redesain kemasan merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing produk yang diproduksi oleh Usaha Kecil Menengah (UKM) (Wahmuda & Hidayat, 2018).

Tabel 1. Analisis Peningkatan Penjualan Produk setelah Implementasi Desain Kemasan Baru.

Parameter	Kondisi Awal	Setelah Implementasi Desain Kemasan Baru
Rata-rata penjualan teh celup daun kelor per bulan	150-200 kotak	200-250 kotak
Rata-rata penjualan serbuk daun kelor per bulan	100-150 buah	200-250 buah
Omset KWT Sri Rejeki per bulan	1-2 juta	7-8 juta

D. SIMPULAN DAN SARAN

Program Pengembangan Desain Kemasan Teh dan Serbuk Daun Kelor terbukti efektif untuk meningkatkan pemahaman mitra KWT Sri Rejeki mengenai elemen penting pada kemasan serta fungsi kemasan. Luaran program tersebut adalah desain kemasan baru produk teh celup dan serbuk daun kelor. Perbaikan desain kemasan dilakukan pada aspek jenis bahan kemas, warna, penambahan gambar/logo ciri khas produk, dan penambahan informasi terkait sertifikasi produk, serta informasi mengenai kandungan produk. Hasil analisis menunjukkan bahwa perbaikan kemasan kedua produk mampu meningkatkan rata-rata penjualan produk dan omset KWT Sri Rejeki dari penjualan produk berbasis kelor, serta peningkatan kepercayaan konsumen terhadap produk. Pada tahap berikutnya direncanakan untuk melakukan pendampingan perbaikan desain kemasan produk camilan berbasis kelor, disertai dengan penambahan informasi kandungan gizi produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PPDM Sentra Kelor Desa Bogo mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penguatan Riset dan Pengembangan (Risbang), Kementerian Riset dan Teknologi/ Badan Riset dan Inovasi Nasional (Kemenristek/BRIN) yang telah mendanai kegiatan Pengabdian Masyarakat ini sesuai dengan kontrak Nomor : 004/SPP-PPM/LPPM-02/DRPM/FF/III/2020. Tim PPDM Sentra Kelor Desa Bogo juga mengucapkan terima kasih pada LPPM Universitas Surabaya, PEMDES Desa Bogo Bojonegoro, dan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) Bojonegoro.

DAFTAR RUJUKAN

Adetayo, H. O. (2019). *Influence of Packaging on Choice of Fast Moving Consumer Goods At the Point of Purchase Among Shoppers in Southwest , Nigeria. VII(12), 85–101.*

- Ahmed, R. R., Parmar, V., & Amin, M. A. (1450). Impact of Product Packaging on Consumer's Buying Behavior. *European Journal of Scientific Research*, 120(2), 1450–216. <https://doi.org/10.13140/2.1.2343.4885>
- Anggraeni Elisabeth, D. A. (2017). Pengaruh Pengemasan Dan Pelabelan Pada Penerimaan Mi Kering Berbahan Baku Tepung Komposit Ubijalar Dan Keladi. *Jurnal Matematika Sains Dan Teknologi*, 18(2), 111–119. <https://doi.org/10.33830/jmst.v18i2.136.2017>
- Buys, E. M., & Mostert, J. F. (2011). Packaging Materials and Equipment. *Processed Cheese and Analogues*, June, 199–218. <https://doi.org/10.1002/9781444341850.ch8>
- Drago, E., Campardelli, R., Pettinato, M., & Perego, P. (2020). Innovations in Smart Packaging Concepts for Food: An Extensive Review. *Foods*, 9(11), 1628. <https://doi.org/10.3390/foods9111628>
- Huang, L., & Lu, J. (2016). The Impact of Package Color and the Nutrition Content Labels on the Perception of Food Healthiness and Purchase Intention. *Journal of Food Products Marketing*, 22(2), 191–218. <https://doi.org/10.1080/10454446.2014.1000434>
- Hussain, S., Ibrahim, M., & Noreen, A. (2015). Impact of Product Packaging on Consumer Perception and Purchase Intention. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 10(2011), 1–10.
- Khuong, M. N., & Tran, N. T. H. (2018). The Impacts of Product Packaging Elements on Brand Image and Purchase Intention — An Empirical Study of Phuc Long's Packaged Tea Products. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 9(1), 8–13. <https://doi.org/10.18178/ijtef.2018.9.1.580>
- Marsh, K., & Bugusu, B. (2007). Food packaging - Roles, materials, and environmental issues: Scientific status summary. *Journal of Food Science*, 72(3). <https://doi.org/10.1111/j.1750-3841.2007.00301.x>
- Mufreni, A. N. (2016). Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 48–54.
- Mukhtar, S., & Nurif, M. (2015). Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora*, 8(2), 181. <https://doi.org/10.12962/j24433527.v8i2.1251>
- Mulyawan, I. B., Handayani, B. R., Dipokusumo, B., Werdiningsih, W., & Siska, A. I. (2019). The Effect of Packaging Technique and Types of Packaging on the Quality and Shelf Life of Yellow Seasoned Pindang Fish. *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia*, 22(3), 464–475. <https://doi.org/10.17844/jphpi.v22i3.28926>
- Ramos, M., Valdés, A., Mellinas, A., & Garrigós, M. (2015). New Trends in Beverage Packaging Systems: A Review. *Beverages*, 1(4), 248–272. <https://doi.org/10.3390/beverages1040248>
- Wahmuda, F., & Hidayat, M. J. (2018). Makna Tampilan Visual Kemasan Sebagai Penerapan Redesain Kemasan Makanan Ringan Di Ukm Benok–Kabupaten Probolinggo. *Prosiding Seminar Nasional Sains ...*, 2, 579–584. <https://ejournal.itats.ac.id/sntekpan/article/view/385>
- Wyrwa, J., & Barska, A. (2017). Packaging as a Source of Information about Food Products. *Procedia Engineering*, 182, 770–779.

<https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.03.199>

Yaro, L. M. (2015). An Overview of Branding and Packaging Of a Company Product (A Case Study of British American Tobacco Company Zaria)\n. *IOSR Journal of Research & Method in Education (IOSR-JRME)*, 5(1), 35–49. <https://doi.org/10.9790/7388-05113549>

DOKUMENTASI KEGLATAN



Gambar 7. Pelatihan Desain Kemasan dan Pemasaran Produk secara Daring.