



Inovasi Pengemasan Produk Souvenir bagi Pedagang di Daerah Wisata Tangkahan, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara

Myrna Pratiwi Nasution¹, Laura Juita Pinem^{2*}, Muhammad Sahnan³, Julaili Irni⁴

^{1,2*}Program Studi Agribisnis, ⁴Program Studi Agroteknologi, Fakultas Agro Teknologi, Universitas Prima Indonesia

³Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sumatera Utara

*Corresponding Author. Email: laurajuita.pinem@gmail.com

Abstract: This community service program aims to increase traders' the knowledge and skills in the Tangkahan Tourism Village by innovating souvenir products for tourists. The method of implementing this service consists of Socialization, Training, Mentoring and evaluation. There were 20 participants involved in this activity, and they were souvenir traders in the Tangkahan Tourism Village. The evaluation instrument used in this activity was a questionnaire, and analyzed descriptively. The results of this service show that traders in the Tangkahan Tourism Village have knowledge and skills in packaging souvenir products that can be sold to tourists. Apart from that, traders realize that packaging is one of the attractions in stimulating consumer buying interest, especially in tourist areas.

Abstrak: Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan pedagang di Desa Wisata Tangkahan dalam melakukan inovasi produk souvenir bagi wisatawan. Metode pelaksanaan pengabdian ini terdiri dari Sosialisasi, Pelatihan, Pendampingan dan Evaluasi. Peserta yang dilibatkan dalam kegiatan ini sebanyak 20 orang dan merupakan pedagang souvenir yang terdapat di Desa Wisata Tangkahan. Instrumen evaluasi yang digunakan dalam kegiatan ini adalah angket dan dianalisis secara deskriptif. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa para pedagang di Desa Wisata Tangkahan memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam mengemas produk souvenir yang dapat dijual kepada wisatawan. Disamping itu, para pedagang menyadari bahwa kemasan merupakan salah satu daya tarik dalam merangsang minat beli konsumen khususnya di daerah wisata.

Article History:

Received: 25-09-2023

Reviewed: 18-10-2023

Accepted: 29-10-2023

Published: 19-11-2023

Key Words:

Product Packaging;

Souvenir; Innovation;

Training; Trader; Tourism

Village.

Sejarah Artikel:

Diterima: 25-09-2023

Direview: 18-10-2023

Disetujui: 29-10-2023

Diterbitkan: 19-11-2023

Kata Kunci:

Kemasan Produk;

Souvenir; Inovasi;

Pelatihan; Pedagang;

Desa Wisata.

How to Cite: Nasution, M., Pinem, L., Sahnan, M., & Irni, J. (2023). Inovasi Pengemasan Produk Souvenir bagi Pedagang di Daerah Wisata Tangkahan, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 4(4), 756-763. doi:<https://doi.org/10.33394/jpu.v4i4.9153>



<https://doi.org/10.33394/jpu.v4i4.9153>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](#).



Pendahuluan

Tangkahan adalah sebuah desa kecil yang terletak di Kecamatan Bahorok, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara, Indonesia. Desa ini terkenal dengan keindahan alamnya, seperti sungai, air terjun, dan hutan lindung yang menjadi habitat gajah Sumatera. Seiring dengan berkembangnya sektor pariwisata, Tangkahan telah menjadi salah satu tujuan wisata yang populer di Sumatera Utara. Wisata Tangkahan Langkat merupakan wisata terkenal di Provinsi Sumatera Utara. Wisata ini juga merupakan wisata *iconic* (Yunus, 2021). Wisatawan yang berkunjung lumayan banyak dan beragam dari bermacam daerah mulai dari luar provinsi hingga manca negara. Jumlah pengunjung yang terdata pada tahun 2022 berjumlah sekitar 40.000 wisatawan lokal sedangkan jumlah wisatawan mancanegara mencapai sekitar



2000 (Sandy, 2022). Banyaknya wisatawan yang berkunjung membawa banyak manfaat untuk masyarakat lokal seperti peningkatan lapangan kerja, pertumbuhan bisnis lokal, bahkan hingga pendapatan daerah (Aliansyah & Hermawan, 2021). Sehingga dengan potensi wisata mereka yang memikat banyak wisatawan, dapat dijadikan sebagai alat untuk mendukung kemandirian finansial masyarakat lokal melalui industri kreatif yang harus terus dimaksimalkan.

Kondisi infrastruktur di Tangkahan sangatlah minim sehingga sumberdaya alam di Tangkahan masih banyak yang belum dimaksimalkan. Dengan keterbatasan infrastruktur yang ada, beberapa masyarakat bergantung pada pertanian dan peternakan sebagai sumber penghasilan utama mereka. Akibat minim infrastruktur ini pula masyarakat Tangkahan saat ini benar-benar hanya bergantung pada pariwisatanya. Sehingga jumlah wisatawan sangat mempengaruhi ekonomi masyarakat. Oleh karena itu upaya pendampingan masyarakat harus diberikan guna mendorong kemampuan masyarakat memaksimalkan potensi pariwisata yang ada. Untuk saat ini, industri kreatif seperti loka karya adalah andalan utama masyarakat yang dijual kepada wisatawan (Azizah & Muhfiatun, 2018). Namun hasil daripada industri kreatif lokal ini belum mampu memberikan dampak yang banyak untuk pertumbuhan ekonomi lokal.

Industri kreatif yang ada saat ini adalah souvenir karya tangan masyarakat lokal. Souvenir dijual masyarakat kepada wisatawan yang datang berkunjung, sehingga penjualan sangat bergantung kepada jumlah wisatawan yang mana cara penjualan ini sangatlah lambat. Masyarakat Tangkahan sendiri untuk saat ini juga tidak memiliki teknik pemasaran yang proper untuk mendukung kemajuan loka karya mereka melalui penjualan souvenir. Packaging souvenir mereka juga tidak dilakukan dengan baik padahal tampilan packaging merupakan hal krusial sebagai penarik utama minat pembeli (Septiyadi & Dirgantara, 2021). Pedagang souvenir menganggap bahwa produk yang ditawarkan sudah cukup menarik bagi wisatawan tanpa harus memikirkan kemasan dari souvenir tersebut. Padahal selama menjual souvenir terdapat banyak kerusakan yang dialami oleh souvenir akibat terkena air, debu, benturan atau kotoran yang menyebabkan kerugian bagi pedagang. Contoh produk yang dipasarkan tanpa kemasan dapat dilihat pada Gambar 1 gantungan kunci yang berasal dari biji tanaman hutan yang diukir dengan menggunakan pisau dan diwarnai dengan menggunakan kemiri. Selain dari biji-bijian souvenir yang dihasilkan di daerah wisata Tangkahan juga berasal dari potongan kayu dan duri tanaman.

Kemasan sangat penting dalam membangun identitas produk serta menjaga mutu produk yang akan dipasarkan (Ismail & Dermawan, 2023). Pengemasan ataupun perbaikan pada kemasan terbukti dapat meningkatkan pemasaran, segmen pasarnya semakin bertambah, dan meningkatkan omset pemasaran UMKM sehingga dapat mewujudkan UMKM naik kelas (Khayru et al., 2021). Kemasan juga menjadi alat bantu promosi untuk menarik minat beli konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan (Septiyadi & Dirgantara, 2021).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini juga didukung oleh Yayasan Hutan Untuk Masa Depan sebagai mitra pendukung yang telah lama menangani daerah ekowisata Tangkahan. Yayasan Hutan Untuk Masa Depan (YHUMD) adalah organisasi terdaftar di Indonesia yang didirikan pada tahun 2020 yang bergerak pada bidang sosial, dimana salah satu kegiatan yang dilakukan yaitu untuk melakukan konservasi terhadap tumbuhan dan/ atau satwa liar yang terdapat diluar hutan atau luar habitatnya (*ExSitu*). Selain itu yayasan ini juga mengembangkan kawasan yang berpotensi untuk dikelola sehingga menambah nilai ekonomi yang memperhatikan nilai konservasi untuk kegiatan ekowisata yang memiliki tujuan untuk dilestarikan dan berkelanjutan.



Adapun tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan pedagang di Desa Wisata Tangkahan dalam melakukan inovasi produk souvenir bagi wisatawan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya kemasan kepada pedagang souvenir Desa Wisata Tangkahan. Pedagang diharapkan menyadari bahwa kemasan tidak hanya berfungsi sebagai penjaga kualitas souvenir tetapi juga menyadari bahwa kemasan merupakan salah satu daya tarik dalam merangsang minat beli konsumen (Prasetyawati et al., 2022). Pengemasan ataupun perbaikan pada kemasan terbukti dapat meningkatkan pemasaran, segmen pasarnya semakin bertambah, dan meningkatkan omset pemasaran UMKM sehingga dapat mewujudkan UMKM naik kelas (Widiati, 2019).

Metode Pengabdian

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan partisipatif, dimana metode pelaksanaannya yakni Sosialisasi, Pelatihan, Pendampingan dan Evaluasi. Peserta yang dilibatkan dalam kegiatan ini merupakan pedagang souvenir yang terdapat di Desa Wisata Tangkahan dengan jumlah 20 peserta. Pelaksanaan dilakukan pada bulan September 2023 di Desa Wisata Tangkahan, Kabupaten Langkat. Secara umum setiap tahapan yang dilaksanakan dalam kegiatan membutuhkan peran aktif dari peserta sebagai mitra sasaran dari kegiatan (Afandi et al., 2022). Tahapan kegiatan yang dilakukan antara lain (Paskalis et al., 2023):

1) Sosialisasi dan Persiapan

Pada tahap awal dilakukan survey langsung ke lokasi dengan melibatkan mitra Yayasan Orang Hutan Untuk Masa Depan (YHMUD). Mitra merupakan pihak yang menjembatani antara Perguruan Tinggi dengan mitra sasaran. Pada tahap ini dilakukan identifikasi masalah yang terdapat pada mitra sasaran.

2) Pelatihan

Narasumber pada pelatihan ini terdiri dari 3 orang, yaitu Alfian Habibie Nur, Myrna Pratiwi Nasution dan Laura Juita Pinem. Ketiga narasumber merupakan dosen dan praktisi yang mempunyai kompetensi pada pengemasan produk dan pemasaran produk. Pada pelatihan ini peserta akan diberi pembekalan tentang kemasan, mulai dari pengertian, manfaat, fungsi dan pengemasan yang baik sesuai dengan produk yang akan dijual. Kemudian peserta juga diberi motivasi untuk meningkatkan kualitas produk melalui kemasan yang baik. Fase yang paling penting pada tahap ini adalah pedagang souvenir diberi pelatihan langsung mengenai standar kemasan yang baik. Pada fase ini *metode society participatory* menjadi acuan dimana pedagang souvenir Desa Wisata Tangkahan berpartisipasi langsung dalam menyerap pengetahuan yang diberikan dengan melakukan praktek langsung pengemasan souvenir yang baik. Tahap ini juga disertai dengan diskusi yang memungkinkan peserta untuk memaparkan kendala dan keingintahuan peserta mengenai kemasan yang akan digunakan.

3) Pendampingan dan Evaluasi.

Pendampingan kepada 20 peserta yang keseluruhan merupakan pedagang souvenir di Desa Wisata Tangkahan selain mendapatkan pelatihan juga mendapat pendampingan langsung untuk pengemasan. Peserta didampingi menggunakan teknologi yang akan diterapkan. Pada tahap ini peserta menggunakan plastik pembungkus tebal untuk melindungi souvenir dari kerusakan kemudian bagian atas souvenir di kunci dengan menggunakan sealer, diberi penutup sebagai identitas souvenir dan selanjutnya



menggunakan pembolong kertas untuk media menggantung souvenir yang akan dijual.

Tim pengabdian masyarakat melakukan evaluasi terhadap program yang telah dilaksanakan untuk memastikan bahwa program tersebut berjalan dengan baik dan memenuhi tujuan yang telah ditetapkan. Evaluasi dilakukan melalui pengumpulan data dan feedback dari mitra sasaran. Instrumen yang digunakan berupa angket yang diisi oleh pedagang. Pengisian angket dilakukan sesudah kegiatan dilaksanakan. Angket yang telah diisi kemudian dianalisis dengan menggunakan Ms Excel untuk mengetahui peningkatan pengetahuan dan ketrampilan pedagang.

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program sangat penting untuk mencapai tujuan program. Mitra akan dilibatkan dalam setiap tahapan program, mulai dari identifikasi permasalahan hingga evaluasi program. Mitra akan diberikan kesempatan untuk memberikan masukan dan partisipasi aktif dalam pelaksanaan program. Mitra juga berperan aktif dalam pelatihan manajemen waktu dan motivasi karena mitra merupakan lembaga yang paling mengerti dan memahami karakter dari produsen-produksen souvenir yang terdapat di daerah wisata Tangkahan.

Hasil Pengabdian dan Pembahasan

Kegiatan Pemberdayaan Berbasis Masyarakat telah dilaksanakan oleh Tim dengan kerjasama yang lancar bersama mitra baik mitra sasaran maupun mitra Yayasan Hutan Untuk Masa Depan. Kegiatan yang telah dilakukan antara lain :

1) Sosialisasi dan Persiapan

Tahap identifikasi terhadap kebutuhan mitra dilakukan di Desa Wisata Tangkahan dengan mengadakan FGD dengan mitra YHMUD. FGD dipilih sebagai model untuk menggali masalah mitra sasaran karena FGD mampu memberikan data yang lebih mendalam, informatif dan bernilai selain itu model ini dinilai praktis karena hemat biaya dalam pengumpulan data (Bisjoe, 2018). Identifikasi permasalahan mitra dilakukan pada bulan Juli 2023. Pada tahap ini dapat diidentifikasi permasalahan yang dihadapi mitra, antara lain:

- a) Pedagang souvenir memiliki tingkat kesadaran yang rendah akan pentingnya sebagai *value added* pada produk yang mereka produksi. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Septyadi, dimana packing dari produk yang akan dipasarkan belum dijadikan atensi utama bagi produsen (Septiyadi & Dirgantara, 2021).
- b) Pedagang souvenir mempunyai hasil karya yang layak jual namun sering terjadi kerusakan akibat debu, air, sinar matahari, kotoran dan pengaruh lingkungan lainnya. Hal ini lazim terjadi karena souvenir terkadang dijual langsung oleh pedagang di pinggir sungai Tangkahan.

Setelah merumuskan permasalahan yang dialami oleh mitra kemudian tim melakukan FGD secara daring untuk menemukan solusi terbaik yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra sasaran (Gambar 2). Tim memilih untuk melakukan pelatihan dan pendampingan mengenai pentingnya kemasan dan cara melakukan pengemasan terhadap souvenir yang telah dibuat oleh pedagang. Perencanaan program yang dilakukan bulan Agustus 2023 ini juga mendiskusikan mengenai narasumber yang akan dilibatkan dalam setiap program kegiatan yang akan dilakukan.



Gambar 1. Focus Group Discussion Tim Pemberdayaan Berbasis Masyarakat

2) Pelatihan

Pelatihan mengenai pengemasan telah dilakukan pada bulan Agustus 2023. Pada awal pelatihan, peserta tidak terlalu antusias karena peserta beranggapan kemasan bukan solusi tepat untuk permasalahan kemasan mereka. Peralatan yang tidak memadai juga membuat peserta selama ini beranggapan membungkus souvenir dengan kemasan justru akan mengurangi nilai estetika dari souvenir tersebut.

Pelatihan yang dilakukan di aula Tangkahan Inn dan dihadiri oleh 20 orang peserta, akhirnya mulai tertarik dan mulai termotivasi saat dilakukan pendekatan secara intens dari segi budaya. Pendekatan yang sama juga pernah dilakukan oleh Falah pada penanganan covid 19 di Bali dan Jawa Tengah (Falah et al., 2022). Hal ini dapat dilihat melalui keaktifan peserta untuk bertanya lebih jauh tentang pengemasan souvenir yang akan mereka jual. Gambar 3 menunjukkan beberapa kegiatan yang dilakukan pada saat pelatihan. Pada tahap pelatihan pengemasan, peserta mendapatkan materi tentang pengertian kemasan produk, jenis kemasan, manfaat kemasan untuk bisnis, atribut yang terdapat dalam kemasan, desain kemasan hingga strategi pemasaran produk melalui kemasan.



Gambar 2. Pelatihan Pengemasan Souvenir Desa Wisata Tangkahan

3) Pendampingan dan Evaluasi

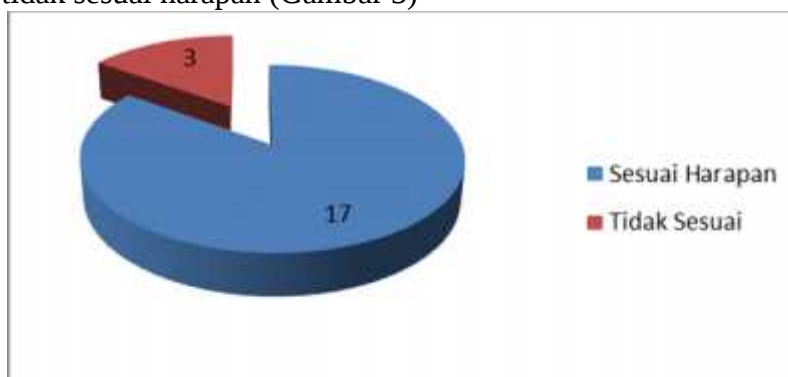
Kegiatan pemberdayaan berbasis masyarakat yang telah dilakukan dipantau dan dievaluasi dengan mengajukan beberapa pertanyaan dan membagikan kuesioner kepada peserta sebagai responden setelah kegiatan:

a) Apakah pernah mengikuti pelatihan pengemasan produk sebelumnya?

Jawaban dari seluruh responden (20 orang) mengatakan hal tersebut baru pertama kali dilakukan.

- b) Apakah materi yang disampaikan sesuai dengan harapan?

Jawaban dari peserta menunjukkan bahwa 85 persen responden menyatakan materi yang disampaikan oleh narasumber sangat sesuai dengan harapan dan 15 persen menyatakan tidak sesuai harapan (Gambar 3)



Gambar 3. Tanggapan Peserta terhadap Materi

- c) Apakah materi yang diberikan mudah dipahami?

Seluruh responden (20 orang) mengatakan bahwa materi yang disampaikan oleh narasumber mudah untuk dipahami.

- d) Seberapa tertarik menggunakan kemasan pada produk souvenir yang diproduksi?

Jawaban dari seluruh responden (20 orang) mengatakan bahwa mereka tertarik menggunakan kemasan pada produk souvenir yang diproduksi

- e) Apakah waktu untuk sesi pelatihan pengemasan cukup?

Seluruh responden (20 orang) mengatakan bahwa sesi pelatihan pengemasan dinilai cukup.

- f) Apakah sesi pendampingan dalam menambah ketrampilan dan pengetahuan?

Seluruh peserta menjawab bahwa sesi pendampingan yang diberikan menambah ketrampilan mereka dalam mengemas souvenir dan tidak hanya itu, pengetahuan mereka juga bertambah. Sesi pendampingan dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Kegiatan Pendampingan Pengemasan Souvenir

Kegiatan pengabdian yang dilakukan menunjukkan bahwa materi yang didapat bersifat baru bagi peserta sehingga mengundang antusias peserta dalam mengikuti pelatihan. Data evaluasi menunjukkan bahwa sebanyak 85 persen peserta menganggap materi yang mereka terima sesuai dengan harapan namun 15 persen tidak sesuai dengan harapan. 15



persen peserta ingin pelatihan tidak hanya sampai pengemasan saja tetapi juga mencakup pengembangan jenis souvenir lain yang mencerminkan budaya lokal. Kegiatan ini juga menambah pengetahuan peserta. Data evaluasi menunjukkan bahwa 100 persen peserta menyadari pentingnya kemasan produk bukan hanya untuk melindungi produk tetapi dapat meningkatkan nilai tambah produk yang dihasilkan (Aryani et al., 2022). Selain peningkatan pengetahuan, pendampingan yang dilakukan juga meningkatkan ketrampilan peserta (Hastari et al., 2021). Peserta yang awalnya tidak mengetahui cara untuk mengemas souvenir menjadi terampil mengemasnya dengan menggunakan teknologi sederhana yang diajarkan.

Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengabdian ini adalah para pedagang di Desa Wisata Tangkahan memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam mengemas produk souvenir yang dapat dijual kepada wisatawan. Disamping itu, para pedagang menyadari bahwa kemasan merupakan salah satu daya tarik dalam merangsang minat beli konsumen khususnya di daerah wisata.

Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan adalah ; (1) Mitra sasaran dapat konsisten menjaga kualitas produk dengan menggunakan kemasan, dan terus meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan mengenai inovasi pengemasan, (2) Peran serta pihak-pihak yang kompeten dalam memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai manajemen pemasaran lebih lanjut dalam meningkatkan penjualan produk.

Ucapan Terima Kasih

Tim penulis mengucapkan terimakasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah mendukung dalam memberikan pendanaan pada Program Pemberdayaan Berbasis Masyarakat ini. Selain itu tim penulis juga berterimakasih kepada Yayasan Hutan Untuk Masa Depan (YHUMD) sebagai mitra yang telah berpartisipasi dalam program ini.

Daftar Pustaka

- Afandi, A., Lally, N., Wahyudi, N., Umam, M. H., Kambau, R. A., & Rahman, S. A. (2022). Metodologi Pengabdian Masyarakat. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August). Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Aliansyah, H., & Hermawan, W. (2021). Peran Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Di Jawa Barat. *Bina Ekonomi*, 23(1), 39–55. <https://doi.org/10.26593/be.v23i1.4654.39-55>
- Aryani, M., Septika, B. H., Krisnahadi, T., Ilhamalimy, R. R., & Supratman, S. (2022). Pelatihan Pengemasan dan Labeling Produk untuk Meningkatkan Kemampuan Manajemen Pemasaran bagi UKM Kale Cookies. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 3(3), 577. <https://doi.org/10.33394/jpu.v3i3.6003>
- Azizah, S. N., & Muhfiatun, M. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta). *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 17(2), 63. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v17i2.1273>
- Bisjoe, A. R. H. (2018). Menjaring Data dan informasi penelitian melalui Focus Group Discussion(FGD): Belajar dari Praktek Lapangan. *Info Teknis EBONI*, 15(1), 17–28.



- <http://ejournal.forda-mof.org/ejournal-litbang/index.php/buleboni/article/view/5117>
- Falah, A. I., Kutanegara, P. M., & Hadna, A. H. (2022). Pendekatan Budaya dan Agama dalam Penanganan Pandemi Covid-19 di Bali dan Jawa Tengah. *Jurnal SMART (Studi Masyarakat, Religi, Dan)*, 8(2), 245–259. <https://doi.org/10.18784/smart.v8i2.1695>
- Hastari, S., Subagio, D. P. W., & Pudyaningsih, A. R. (2021). Peningkatan Nilai Produk Melalui Pendampingan Packaging dan Pemasaran Yang Menarik Pada Industri Rumahan Susu Kedelai Di Desa Sekarputih Kabupaten Pasuruan. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 5(1), 160–167. <https://doi.org/10.29407/ja.v5i1.14622>
- Ismail, R. R., & Dermawan, R. (2023). Pendampingan Pengembangan Kemasan Untuk Membangun Identitas Produk Bagi UMKM Di Kelurahan Turi, Kota Blitar. *Jurnal Masyarakat Mengabdi Nusantara*, 2(2), 134–142.
- Khayru, R. K., Wisnujati, R. N. S., Darmawan, D., & Issalillah, F. (2021). Pengamatan Loyalitas Merek Obat Herbal Berdasarkan Kemasan dan Harga. *Jurnal Simki Economic*, 4(2), 121–132. <https://jiped.org/index.php/JSE/article/view/101/59>
- Paskalis, A. N., Amaral, M. A. L., Boelan, E. G., Baunsele, A., & ... (2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Memasarkan Produk Badan Usaha Milik Desa. *Bakti Cendana*, 06, 77–84.
- <http://jurnal.unimor.ac.id/index.php/BC/article/view/3940%0Ahttp://jurnal.unimor.ac.id/index.php/BC/article/download/3940/1295>
- Prasetyawati, M., Sudarwati, W., Jaharuddin, Nelfiyanti, Setiawan, A., & Saputra, A. (2022). Pelatihan Pembuatan Desain Kemasan Untuk Meningkatkan Pemasaran Pada Umkm Olahan Makanan Di Kelurahan Kelapa Dua Wetan. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 1–5.
- Sandy, A. H. (2022). Strategi Komunikasi Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Langkat dalam Mengembangkan Destinasi Wisata Mancanegara Tangkahan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik*, 2(3), 1–15.
- Septiyadi, A. L., & Dirgantara, I. M. B. D. (2021). Pengaruh Atribut Kemasan (Packaging) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik Emina. *Diponegoro Journal of Management*, 10(4), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Widiati, A. (2019). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2), 67–76. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>
- Yunus, M. A. (2021). Strategi Pengembangan Desa Wisata Ekologis Tangkahan Didesa Namo Sialang, Kecamatan Batang Serangan Kabupaten Langkat Propinsi Sumatera Utara. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen)*, 2(2), 357–365. <http://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami/article/view/191>