



Pelatihan Packaging Teh Herbal dari Bahan Alam Desa Namo Sialang Kabupaten Langkat Sumatera Utara

Elisa Julianti¹, Julaili Irni², Ameilia Zuliyanti³, Ridwanti Batubara⁴,
Laura Juita Pinem^{5*}, Bayu Pratomo⁶

¹Program Studi Teknologi Pertanian, ³Fakultas Pertanian, ⁴Program Studi Kehutanan,
Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara, Indonesia.

^{2,6}Program Studi Agroteknologi, ^{5*}Program Studi Agribisnis, Fakultas Agroteknologi,
Universitas Prima Indonesia.

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

Abstract: This community service program aims to increase the knowledge and skills of Women in Namo Sialang Village, packaging herbal tea products produced by processing natural ingredients like rose, tawar and sembur (made from special spices and herbs from the community). The method for implementing this service used participatory training with activities including socialization and assistance with product packaging. The number of participants involved was 20, consisting of a Women Group named "NandeTa". The evaluation instrument used in this activity was a questionnaire, which was analyzed descriptively. The results of the service showed that there had been an increase in the knowledge and skills of "NandeTa" in packaging the herbal tea that had been produced. Apart from that, "NandeTa" also became aware that packaging was one attraction that stimulates consumer buying interest, especially in tourist areas.

Abstrak: Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan Ibu-Ibu di Desa Namo Sialang dalam melakukan pengemasan produk teh herbal yang dihasilkan dari pengolahan bahan-bahan alam seperti bunga mawar, tawar dan sembur (terbuat dari campuran rempah-rempah ramuan khas masyarakat). Metode pelaksanaan pengabdian ini menggunakan pelatihan partisipatif dengan kegiatan meliputi Sosialisasi dan Pendampingan pengemasan produk. Jumlah peserta yang terlibat sebanyak 20 orang yang terdiri dari Kelompok Ibu-Ibu dengan nama "NandeTa". Instrumen evaluasi yang digunakan dalam kegiatan ini adalah menggunakan angket dan dianalisis secara deskriptif. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan dan ketrampilan "NandeTa" dalam mengemas Teh herbal yang telah diproduksi. Selain itu "NandeTa" juga menjadi sadar bahwa kemasan merupakan salah satu daya tarik dalam merangsang minat beli konsumen khususnya di daerah wisata.

Article History:

Received: 05-11-2023
Reviewed: 31-12-2023
Accepted: 15-01-2024
Published: 10-02-2024

Key Words:

Product Packaging; Tea;
Herbal, Training; Tourism
Village.

Sejarah Artikel:

Diterima: 05-11-2023
Direview: 31-12-2023
Disetujui: 15-01-2024
Diterbitkan: 10-02-2024

Kata Kunci:

Kemasan Produk; The;
Herbal, Pelatihan; Desa
Wisata.

How to Cite: Julianti, E., Irni, J., Zuliyanti, A., Batubara, R., Pinem, L., & Pratomo, B. (2024). Pelatihan Packaging Teh Herbal dari Bahan Alam Desa Namo Sialang Kabupaten Langkat Sumatera Utara. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 5(1), 115-124. doi:<https://doi.org/10.33394/jpu.v5i1.9937>



<https://doi.org/10.33394/jpu.v5i1.9937>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Pendahuluan

Namo Sialang merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Bahorok, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara. Selain keramahan dari warga lokal, desa ini juga mempunyai kekayaan alam yang sangat indah seperti air terjun, aliran air sungai yang jernih dan terdapat habitat gajah Sumatera yang berada di kawasan hutan lindung. Saat ini Namo Sialang menjadi destinasi wisata yang mulai banyak dikenal oleh wisatawan, baik



wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara sehingga mampu menjadi daerah wisata yang ikonik di Propinsi Sumatera Utara terutama di Kabupaten Langkat ((Yunus, 2021).

Sampai pada tahun 2022 data mencatat bahwa terdapat sekitar 40.000 wisatawan lokal dan sekitar 2000 wisatawan mancanegara yang mengunjungi Desa Namo Sialang untuk berwisata (Sandy, 2022). Wisatawan yang semakin meningkat dari tahun ke tahun membawa banyak dampak positif terhadap Desa Namo Sialang, diantaranya lapangan kerja yang tersedia semakin meningkat, tumbuhnya bisnis-bisnis lokal baru, dan yang pastinya berdampak pada peningkatan pendapatan daerah (Aliansyah & Hermawan, 2021). Keadaan ini menunjukkan bahwa daya tarik yang ditampilkan oleh keindahan alam Desa Namo Sialang tidak hanya memikat wisatawan yang datang tetapi juga menyokong masyarakat menuju kemandirian finansial melalui pemaksimalan industri kreatif secara kontinyu.

Kendala besar yang menghalangi perkembangan Desa Wisata Namo Sialang adalah kondisi infrastruktur Desa yang sampai saat ini masih memerlukan perhatian pemerintah terutama akses jalan menuju Desa Namo Sialang. Keterbatasan tersebut mendorong masyarakat lokal menggantungkan penghasilan utama mereka pada sektor pertanian dan peternakan. Berkembangnya sektor pariwisata beberapa tahun belakangan ini di Desa Namo Sialang menimbulkan mata pencarian baru bagi masyarakat. Peningkatan jumlah wisatawan secara otomatis akan menyebabkan peningkatan ekonomi masyarakat yang terdapat di Desa Namo Sialang. Hal ini memperlihatkan fakta bahwa perlu dilakukan pendampingan terhadap masyarakat untuk membantu masyarakat dalam meningkatkan potensi pariwisata yang ada secara maksimal. Industri kreatif merupakan salah satu industri andalan utama yang dapat diberdayakan oleh masyarakat untuk menarik minat wisatawan (Azizah & Muhfiatun, 2018). Akan tetapi sampai saat ini industri kreatif lokal yang dilakukan sampai saat ini belum memberikan efek yang signifikan untuk peningkatan perekonomian lokal.

Salah satu industri kreatif yang sedang dibangun adalah pembuatan teh dengan menggunakan bahan-bahan dari kekayaan alam seperti bunga mawar, tawar dan sembur yang terbuat dari rempah-rempah khas masyarakat karo seperti jahe merah, lempuyang, bawang putih, temu kunci dan daun-daunan dari hutan Desa Namo Sialang. Produk yang dihasilkan oleh “NandeTa” masih mempunyai kemasan yang praktis untuk diperjualbelikan di daerahnya. “NandeTa” merupakan salah satu kelompok kreatif yang berasal dari masyarakat setempat yang terdiri dari ibu-ibu rumah tangga. “NandeTa” merasa kewalahan dengan pengemasan produknya karena mereka biasanya melakukan penjualan di tepi pantai sehingga membutuhkan kemasan yang tahan benturan saat akan dibawa ke lokasi, tahan air dan menarik. “Nandeta” menyadari bahwa pengemasan hal penting untuk menarik minat pembeli (Septiyadi & Dirgantara, 2021), namun merasa kesulitan dalam merancang kemasan yang cocok untuk produk teh yang dihasilkan. Salah satu contoh produk yang dihasilkan adalah teh mawar (Gambar 1).



Gambar 1. Teh Mawar



Identitas dari produk dapat dibangun melalui atribut-atribut yang melekat pada kemasan. Tidak hanya sebagai identitas, kemasan juga dapat menjaga mutu produk yang akan dipasarkan kepada konsumen. Ada beberapa keuntungan yang akan didapat oleh produsen apabila memperhatikan kemasan produknya seperti mampu menambah jumlah pembeli, penambahan segmen pasar, mampu mendorong peningkatan omset pemasaran UMKM sehingga dapat membuat UMKM menjadi naik kelas (Khayru et al., 2021). Minat beli konsumen juga dapat ditingkatkan melalui kemasan yang menarik karena kemasan merupakan salah satu media promosi dari produk (Septiyadi & Dirgantara, 2021).

Kegiatan pengabdian berhasil dilaksanakan tidak terlepas dari dukungan Yayasan Hutan Untuk Masa Depan sebagai mitra yang telah lama menangani daerah ekowisata Namo Sialang. Yayasan ini merupakan salah satu organisasi masyarakat yang sudah terdaftar di Indonesia sejak tahun 2020 dimana yayasan ini bergerak di bidang sosial terutama yang berkaitan dengan konservasi baik itu konservasi terhadap tumbuhan maupun satwa liar yang berada diluar hutan atau di luar habitat (*Exsitu*). Disamping konservasi, YHUMD juga aktif dalam melakukan pengembangan terhadap kawasan-kawasan yang mempunyai potensi untuk dikelola untuk menambah nilai ekonomi tanpa mengesampingkan nilai konservasi serta tetap menjunjung nilai kelestarian dan keberlanjutan.

Tujuan dari kegiatan pengabdian yang dilakukan adalah meningkatkan kesadaran peserta mengenai banyaknya potensi alam yang dapat diolah menjadi produk teh komersil dan memahami pentingnya kemasan serta logo pada produk teh yang akan dipasarkan. Kegiatan yang dilaksanakan diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan serta ketrampilan peserta mengenai pengemasan produk dan logo sebagai identitas produk. Kemasan menjadi penting untuk diperhatikan karena kemasan merupakan media untuk menjaga kualitas teh, identitas, dan salah satu faktor yang mampu menarik minat pembeli (Prasetyawati et al., 2022).

Metode Pengabdian

Metode pelaksanaan pengabdian ini menggunakan pelatihan partisipatif dengan kegiatan meliputi Sosialisasi dan Pendampingan pengemasan produk. Pendampingan merupakan model kegiatan dalam pengabdian pada masyarakat dengan melakukan penyuluhan disertai dengan kegiatan pembinaan dan pengarahan pada sasaran, selain pemberian teori, peserta juga mendapatkan simulasi dan praktek. Model kegiatan yang diterapkan menekankan pada peran aktif masyarakat baik dalam identifikasi masalah sampai dengan penyelesaian masalah (Adriani et al., 2020). Peserta yang dilibatkan dalam kegiatan ini merupakan Ibu-Ibu yang tergabung dalam kelompok “NandeTa” yang terdapat di Desa Namo Sialang dengan total peserta kelompok sebanyak 20 orang. Pelaksanaan dilakukan pada bulan September sampai dengan bulan November 2023 di Desa Namo Sialang, Kabupaten Langkat.

Mitra memegang peranan penting dalam program yang dilaksanakan untuk dapat mencapai tujuan. Setiap tahap yang dilakukan dalam kegiatan ini, mitra dilibatkan secara aktif, dari awal kegiatan pada tahap identifikasi masalah yang terjadi sampai dengan pengevaluasian program yang telah dilaksanakan. Masukan dan partisipasi aktif mitra sangat ditonjolkan dalam kegiatan ini. Selain dalam kegiatan yang berhubungan dengan konservasi, mitra juga memberi penyuluhan dalam manajemen waktu dan memotivasi peserta untuk menciptakan produk-produk dari alam tanpa mengabaikan kelestarian alam.



Selain peran aktif mitra, dalam kegiatan ini juga diperlukan peran aktif peserta yang merupakan mitra sasaran dari program ini (Afandi et al., 2022). Beberapa tahapan yang akan dilakukan dalam program ini, antara lain (Paskalis et al., 2023):

1) **Sosialisasi dan Persiapan**

Survey langsung pada lokasi yang akan dijadikan tempat melakukan program merupakan tahap awal yang dilakukan dalam program ini. Survei dilakukan bersama-sama dengan mitra Yayasan Orang Hutan Untuk Masa Depan (YHMUD). YHMUD merupakan mitra yang memperantarai Perguruan Tinggi dengan “Ibu-Ibu NandeTa” sebagai mitra sasaran program. Tahapan ini menghasilkan identifikasi masalah secara mendalam yang dihadapi oleh mitra sasaran selama ini.

2) **Pelatihan**

Terdapat 6 orang narasumber yang membantu program ini, yaitu Prof. Elisa Julianti, Ameilia Zuliyanti, Ridwanti Batubara dari Universitas Sumatra Utara (USU) dan Julaili Irni, Laura Juita Pinem, Dr. Bayu Pratomo, dari Universitas Prima Indonesia. Semua narasumber merupakan dosen dan praktisi yang sudah memiliki pengalaman dan kompetensi dalam pembuatan kemasan dan memasarkan produk. Tahap ini akan membekali peserta dengan pengertian kemasan sampai manfaat dan fungsi kemasan yang menarik minat beli konsumen. Selanjutnya peserta diberikan motivasi tentang keuntungan dari meningkatkan kualitas kemasan dari produk yang dijual. Fase yang sangat penting dari tahap ini adalah kelompok Ibu-Ibu “Nandeta” akan diberikan kesempatan langsung untuk melakukan praktik standar kemasan yang baik. Tahap ini menerapkan metode *metode society parcipatory*, dimana semua peserta dapat berpartisipasi langsung untuk menyerap ilmu pengetahuan yang diberikan melalui praktik langsung mengemas teh yang baik. Selain praktik langsung, juga dilakukan sesi diskusi, dimana peserta diberi kesempatan untuk menggali lebih dalam pengetahuan mengenai kemasan.

3) **Pendampingan dan Evaluasi.**

Pendampingan kepada 20 peserta yang keseluruhan merupakan Ibu-Ibu dalam kelompok “NandeTa” selain mendapatkan pelatihan juga mendapat pendampingan langsung untuk pengemasan. Penerapan teknologi yang dilakukan oleh peserta, didampingi langsung oleh tim. Teh yang akan diperjualbelikan dikemas dengan menggunakan *paper cup* yang kemudian ditutup dengan plastic kemasan. Selain dikemas dengan menggunakan paper cup, teh juga diberikan logo yang menarik sebagai identitas produk. Kemasan yang dirancang diharapkan mampu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh “NandeTa”

Tim Kosa Bangsa melakukan evaluasi terhadap program yang telah dilaksanakan agar dapat dinilai bahwa program yang telah dilakukan di Desa Namo Sialang berjalan sesuai dengan tujuan program yang telah ditetapkan sebelumnya. Bentuk evaluasi yang dilakukan adalah dengan pengumpulan data dan feedback dari seluruh Kelompok Ibu-Ibu “Nandeta”. Angket merupakan instrument yang digunakan untuk mendapatkan data evaluasi dari program. Angket diisi oleh peserta setelah peserta selesai mengikuti setiap kegiatan yang dilakukan kemudian angket tersebut dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan Microsoft Excel guna mendapat data tentang peningkatan pengetahuan dan ketrampilan dari Kelompok Ibu-Ibu “Nandeta”.



Hasil Pengabdian dan Pembahasan

Program Kosa Bangsa telah dijalankan oleh Tim bersama-sama dengan mitra dan berjalan dengan lancar baik dengan mitra sasaran maupun dengan Yayasan Hutan Untuk Masa Depan. Kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan, yaitu :

1) Sosialisasi dan Persiapan

FGD dilakukan dengan mitra YHUMD untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh mitra sasaran sehingga dapat dihasilkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan mitra. FGD dilakukan langsung di Desa Namo Sialang. Pemilihan FGD pada tahap ini dikarenakan model ini merupakan model pengalihan masalah yang tepat dikarenakan model ini dapat menghasilkan data yang lebih mendalam, *informative*, dan mempunyai nilai yang tinggi. FGD juga dianggap sebagai model yang paling praktis dan menghemat biaya dalam pengaplikasiannya dalam mengumpulkan data di lapangan (Bisjoe, 2018). Proses identifikasi terhadap masalah yang dihadapi mitra dilakukan pada bulan September 2023. Permasalahan mitra yang teridentifikasi pada tahap ini, adalah :

- a) Ibu-Ibu “NandeTa” masih memiliki tingkat kesadaran yang rendah mengenai terhadap nilai kemasan suatu produk yang merupakan penambah nilai jual dari produk. Atensi utama bagi produsen yang memasarkan produk bukan mengenai masalah pengemasan produk. (Septiyadi & Dirgantara, 2021).
- b) Ibu-Ibu “NandeTa” memiliki ketrampilan yang tidak mumpuni untuk melakukan pengemasan teh yang dihasilkan agar lebih praktis dibawa, tetap menjaga kualitas teh, dan menarik niat beli konsumen. Ketahanan dan perlindungan produk dari sinar matahari, air, dan debu harus diperhatikan mengingat produk teh akan dijual di pingiran pantai Desa Namo Sialang.

Tahap selanjutnya dilakukan perumusan masalah yang dialami oleh mitra yang selanjutnya diangkat menjadi bahas diskusi tim dengan model FGD di Universitas Sumatera Utara. FGD yang dilakukan bertujuan untuk mendapatkan jalan keluar terbaik yang akan diterapkan di lapangan guna mengatasi masalah yang dihadapi oleh Kelompok Ibu-Ibu “Nandeta”. Hasil FGD menghasilkan solusi untuk melakukan pelatihan dan pendampingan terhadap mitra sasaran terkait nilai-nilai penting dari kemasan dan memberikan ketrampilan secara langsung tentang mengemas produk teh Herbal yang telah diproduksi oleh kelompok Ibu-Ibu “Nandeta”. Program dilakukan pada bulan September 2023. FGD juga mencakup penentuan narasumber yang terlibat langsung dalam kegiatan yang dilaksanakan. Gambar 2 menunjukkan FGD yang dilakukan oleh Tim.



Gambar 2. FGD Tim untuk menentukan solusi permasalahan

2) Pelatihan

Pelatihan mengenai pengemasan telah dilakukan pada bulan September 2023.



Kelompok Ibu-Ibu “NandeTa” sangat antusias mengikuti pelatihan karena melalui pelatihan tersebut mereka semakin menyadari pentingnya kemasan untuk melindungi, menarik beli konsumen hingga sebagai identitas dari produk yang akan mereka jual (Nasution et al., 2023). Pelatihan yang dilakukan menyadarkan “Nandeta” bahwa selain keterbatasan ketrampilan mereka juga memiliki keterbatasan teknologi untuk menerapkan pengemasan yang tepat untuk produk teh mereka.

Pelatihan yang dilakukan di aula Tangkahan Inn dan dihadiri oleh 20 orang peserta. Peserta menjadi lebih antusias saat narasumber menyampaikan informasi bahwa pada program ini akan dilakukan pendampingan terhadap peserta agar terampil mengemas teh herbal produksi mereka dan akan diserahkan beberapa alat yang dapat membantu mereka dalam proses mengemas. Alat yang diserahkan langsung kepada “Nandeta” berupa vacuum sealer, dryer sealer, plastik kemasan, paper cup hingga logo yang akan digunakan pada kemasan teh herbal. Selama kegiatan, kelompok Ibu-Ibu “NandeTa” terlihat antusias terutama pada saat sesi diskusi dibuka. Pertanyaan seputar kemasan dan cara pemasaran mendominasi pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan. Gambaran mengenai kegiatan yang telah dilakukan di Desa Namo Sialang dapat dilihat pada Gambar 3. Langkah yang dilakukan pada pelatihan pengemasan antara lain, kelompok Ibu-Ibu “Nandeta” akan memperoleh pengetahuan mengenai pengertian kemasan produk yang baik, jenis kemasan yang sesuai dengan produk, manfaat penting dari kemasan untuk bisnis, atribut-atribut yang melekat pada kemasan, desain kemasan yang menarik sampai dengan strategi pemasaran produk melalui kemasan.



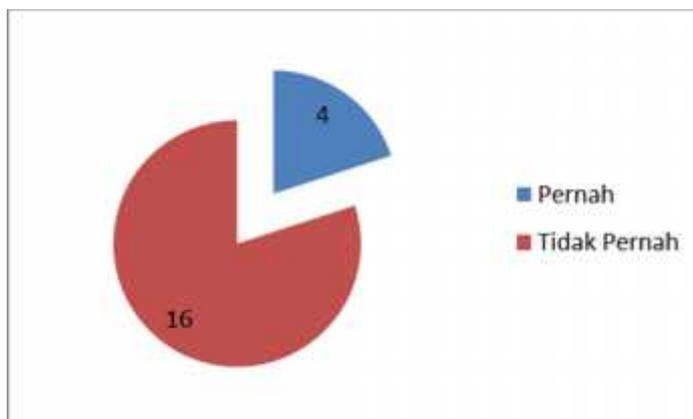
Gambar 3. Pelatihan Pengemasan Teh Herbal Desa Namo Sialang

3) Pendampingan dan Evaluasi.

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

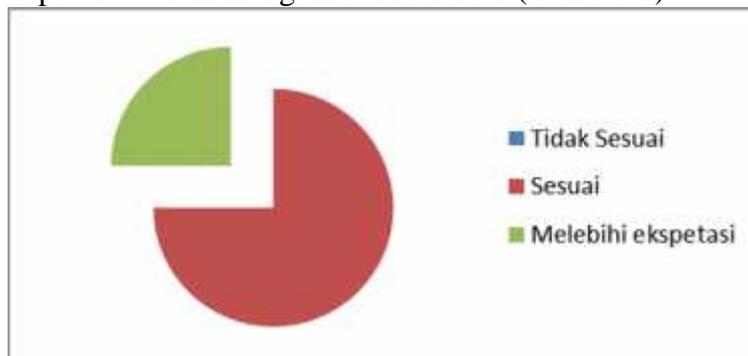
- a) Apakah Kelompok Ibu-Ibu “Nandeta” sudah pernah melakukan pelatihan pengemasan terhadap produk sebelum ini?

Terdapat 20 persen peserta yang pernah mengikuti pelatihan mengenai kemasan namun pelatihan dilakukan pada produk yang berbeda. Sementara 80 persen lainnya samasekali belum pernah mengikuti pelatihan tentang kemasan. Gambar 4 memperlihatkan komposisi jawaban peserta.



Gambar 4. Tanggapan peserta mengenai keikutsertaan pada pelatihan pengemasan sebelumnya

- b) Apakah materi yang diterima sepadan dengan harapan?
Tujuh puluh lima persen responden memberitahukan bahwa materi yang didapat dari narasumber sangat sepadan dengan harapan dan 25 persen menyatakan bahwa materi yang diberikan berada jauh dari ekpetasi mereka. Mereka awalnya menganggap bahwa hanya akan menerima materi saja ternyata kegiatan ini juga melakukan pendampingan untuk meningkatkan ketrampilan peserta dalam mengemas The herbal (Gambar 5)



Gambar 5. Tanggapan Peserta terhadap Materi

- c) Apakah materi yang disampaikan mudah dimengerti?
Dua Puluh peserta yang terlibat menuliskan bahwa materi yang diterima dari narasumber mudah untuk dimengerti.
- d) Apakah kelompok Ibu-Ibu “Nandeta” tertarik memakai kemasan pada teh herbal “NandeTa”?
Dua Puluh peserta yang terlibat menuliskan bahwa mereka tertarik memakai kemasan pada teh herbal “NandeTa”
- e) Apakah waktu untuk sesi pelatihan pengemasan cukup?
85 persen peserta menganggap cukup sesi pelatihan dan pendampingan yang diberikan oleh narasumber tetapi terdapat 15 persen peserta menganggap masih membutuhkan pendampingan lebih untuk lebih terampil dalam mengemas The Herbal “NandeTa” (Gambar 6)



Gambar 6. Tanggapan terhadap waktu pelatihan

- f) Apakah tahap pendampingan yang diberikan dapat meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan?

Dua Puluh peserta yang terlibat menuliskan bahwa tahap pendampingan yang diberikan meningkatkan ketrampilan mereka dalam mengemas teh herbal yang diproduksi dan selain itu, pengetahuan peserta juga meningkat. Sesi pendampingan yang telah dilaksanakan dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Kegiatan Pendampingan Pengemasan Teh Herbal

Hasil evaluasi memperlihatkan bahwa 20 peserta yang terlibat dalam kegiatan menyadari nilai-nilai penting dari kemasan produk yang digunakan. Kemasan yang selama ini mereka pahami hanya sebagai pelindung produk, ternyata dapat menaikkan nilai tambah dari produk yang dihasilkan (Aryani et al., 2022). Disamping pengetahuan peserta yang meningkat, kegiatan pendampingan yang diperoleh juga menambah ketrampilan Kelompok Ibu-Ibu Nandeta (Hastari et al., 2021). Mitra sasaran pada mulanya tidak memahami teknis melakukan pengemasan teh herbal meningkat menjadi mampu mengemas teh herbal dengan penambahan teknologi sederhana yang dikenalkan. Kegiatan pengabdian yang dilakukan tidak hanya sebatas pengemasan produk saja tetapi ke depannya akan dilakukan pelatihan dan pendampingan dalam memasarkan the baik secara langsung maupun secara online.



Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat melalui program pengabdian yang telah dilakukan, anatar lain para kelompok Ibu-Ibu “NandeTa” mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan untuk melakukan pengemasan produk Teh Herbal yang dapat ditawarkan kepada wisatawan. Selain itu, para peserta menyadari bahwa kemasan merupakan salah satu nilai tambah dalam merangsang keinginan konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan khususnya di daerah wisata.

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan maka disarankan bagi ; (1) Kelompok Ibu-Ibu Nandeta mampu memelihara kualitas produk yang dihasilkan dengan bantuan kemasan secara, 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 dan dukungan pemerintah desa dalam mewedahi mitra sasaran menuju UMKM yang handal.

Ucapan Terima Kasih

Tim penulis mengucapkan terimakasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah mendukung dalam memberikan pendanaan pada Program Kosa Bangsa tahun 2023. Selain itu tim penulis juga berterimakasih kepada Yayasan Hutan Untuk Masa Depan (YHUMD) sebagai mitra yang telah berpartisipasi dalam program ini.

Daftar Pustaka

- Adriani, D., Sjarkowie, F., Minha, A., Alamsyah, I., & Yazid, M. (2020). *Pelatihan Perencanaan Partisipatif bagi Masyarakat dalam Rangka Pemanfaatan Dana Desa yang Efektif dan Efisien di Desa Sejaro Saki*. 3(1), 37–44.
- 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>
- Hastari, S., Subagio, D. P. W., & Pudyarningsih, 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>
- 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>
- Nasution, M. P., Pinem, L. J., Sahnun, 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.
- 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>
- Yunus, M. A. (2021). Strategi Pengembangan Desa Wisata Ekologis Tangkahan Didesa Namu 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>