

## Community Service Lecture: The Role of Packaging in Increasing Marketing of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Products Wilna Family Cibatu Village, Cikembar District, Sukabumi Regency

Elsya Rahmatul Adhhawiyah<sup>1\*</sup>, Abdul Aziz<sup>2</sup>, Siti Jamilah<sup>3</sup>, Tuti Alawiyah<sup>4</sup>, Nurhajah<sup>5</sup>, Rully Moch Ichsan<sup>6</sup>

Program Studi S1 Manajemen, STIE Pasim Sukabumi

**Corresponding Author:** Elsya Rahmatul Adhhawiyah

[Elsyaadhhawiyah5035@gmail.com](mailto:Elsyaadhhawiyah5035@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Keywords:* Marketing, Product Development, MSMEs Cibatu Village

*Received :* 2 April

*Revised :* 19 May

*Accepted:* 20 June

©2024 Adhhawiyah, Aziz, Jamilah, Alawiyah, Nurhajah, Ichsan: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRACT

Abstract: This community service activity aims to improve marketing and product development for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Cibatu Village. The implementation of Community Service activities is carried out using lecture, guidance and dialogue methods. Based on the results of observations and sampling interviews with participants, it can be concluded that the implementation of PKM provides additional knowledge for participants regarding packaging to support the development of MSME businesses, not only that, MSME players also gain basic knowledge about labels as information about the products being marketed. This PKM also emphasizes the importance of presenting products in an attractive manner. It is hoped that this will actually help get more attention from potential consumers when they see the packaging of the product being offered. In the packaging of a product, the packaging can be small or large according to the type of product. Marketers consider packaging issues to be the 5th aspect after the "4P" price, place, product, promotion. This means proving how important the role of packaging is in marketing industrial products

## **Kuliah Kerja Nyata: Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Wilna Family Desa Cibatu, Kec.Cikembar, Kab.Sukabumi**

Elsya Rahmatul Adhhawiyah<sup>1\*</sup>, Abdul Aziz<sup>2</sup>, Siti Jamilah<sup>3</sup>, Tuti Alawiyah<sup>4</sup>, Nurhajah<sup>5</sup>, Rully Moch Ichsan<sup>6</sup>

Program Studi S1 Manajemen, STIE Pasim Sukabumi

**Corresponding Author:** Elsya Rahmatul Adhhawiyah

[Elsyaadhhawiyah5035@gmail.com](mailto:Elsyaadhhawiyah5035@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* Packaging, Pemasaran, Pengembangan Produk, UMKM Desa CIBATU

*Received :* 2 April

*Revised :* 19 May

*Accepted:* 20 June

©2024 Adhhawiyah, Aziz, Jamilah, Alawiyah, Nurhajah, Ichsan: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Aktivitas pengabdian terhadap penduduk ini bertujuan untuk meningkatkan pemasaran serta pengembangan produk untuk Usaha Mikro Kecil Menengah( UMKM) di Desa Cibatu. Penerapan aktivitas Pengabdian Pada Penduduk ini dilakukan dengan memakai metode ceramah, bimbingan, serta dialog. Bersumber pada hasil pengamatan serta interview secara sampling terhadap partisipan, bisa disimpulkan jika penerapan PKM memberikan pengetahuan bonus untuk partisipan mengenai kemasan guna mendukung perkembangan usaha UMKM, tidak hanya itu, pelaku UMKM pula memperoleh pengetahuan dasar tentang label selaku data tentang produk yang dipasarkan. Dalam PKM ini pula menekankan pentingnya peyajian produk secara menarik. Perihal ini diharapkan secara nyata bisa membantu memperoleh perhatian yang lebih dari calon konsumen disaat melihat kemasan produk yang ditawarkan.. Dalam kemasan sesuatu produk, pemberian kemasan dapat berarti kecil ataupun besar cocok dengan tipe produknya. Golongan pemasar menyangka permasalahan kemasan selaku aspek ke 5 setelah" 4P" price, place, product, promotion. Ini berarti membuktikan betapa berartinya peranan kemasan di dalam memasarkan produk- produk industri

## PENDAHULUAN

Kemasan merupakan unsur dalam sebuah produk yang mampu mempengaruhi daya jual produk. Kemasan merupakan faktor utama untuk menarik konsumen Lebih mengenal produk. Pengemasan produk telah mengalami proses pengolahan yang dapat sampai di tangan konsumen dengan sangat baik.

Kemasan harus menarik perhatian konsumen. Maka dari itu desain kemasan yang bagus memberikan sebuah nilai plus terhadap produk yang mau dikemas. Kemasan berfungsi untuk melindungi, dan mengamankan produk tertentu yang berada di dalamnya serta dapat memberikan tampilan mengesankan terhadap suatu produk.

Secara fungsi bentuknya kemasan sangat melindungi produk apa saja dan sederhana dibawa. Fungsi kemasan ialah selaku pembeda dari produk pesaing dari dalam negara ataupun luar negara.

Kemasan bisa melindungi produk dalam perjalanan, dapat melindungi produk yang dikemas lebih bersih, terlihat rapi, menarik serta tahan terhadap kerusakan yang diakibatkan oleh pergantian iklim sehingga kemasan suatu produk juga bisa melakukan fungsi pemasarannya sangat baik.

Melalui kemasan produk jadi lebih efisien serta terlepas pertukaran dari produk pesaing. metode industri membedakan serta meningkatkan harga jual produknya ialah dengan kemasan. sebab itu kemasan wajib terbuat menarik serta unik biar bisa menarik atensi konsumen, Usaha Mikro Kecil serta Menengah( UMKM) ialah aspek utama perekonomian nasional.

Sektor ini mampu mengaktifkan perekonomian warga serta meresap tenaga kerja dalam jumlah yang sangat besar. Salah satu permasalahan yang kerap dialami oleh usaha mikro kecil serta menengah( UMKM) merupakan kemasan yang masih simpel, nampak Sederhana kurang menarik dan monoton.

Produk yang dihasilkan oleh UMKM sangat enak tidak kalah dengan produk yang dihasilkan oleh pabrik. Hingga dari itu kemasan yang masih sederhanalah yang menimbulkan produk Usaha Mikro Kecil Menengah mempengaruhi terhadap jangkauan pasar yang sangat terbatas, setelah itu susah bersaing dipasaran terlebih di pasar modern.

Dilihat dari Departemen Negeri Koperasi Serta Usaha Kecil Serta Menengah Kalau Koperasi Usaha Kecil Serta Menengah( KUKM) Pangan merupakan salah satu KUKM yang memiliki kemampuan dalam pengembangan perekonomian Nasional.

Dengan seiring berjalannya waktu Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah makanan serta Minuman Indonesia hendak tergilas oleh makanan serta minuman impor apabila tidak meningkatkan kualitas hasil produksi dan kemasannya.

Sesuai Undang- Undang Nomor. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang dimaksud:

1. Usaha mikro merupakan badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang diatur dalam undang- undang ini.
2. Usaha kecil merupakan badan usaha yang bukan merupakan anak industri ataupun bukan dimiliki cabang industri.

3. Usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif, dengan jumlah kekayaan bersih ataupun hasil penjualan tahunan.

Dalam mendesain sesuatu kemasan, hendaklah dibuat dengan bentuk, warna, dan tulisan yang menarik dan unik sehingga terlihat berbeda dengan produk yang lain.

Kemasan yang menarik atensi konsumen untuk membelinya ialah kemasan yang unik. Dapat saja, seseorang konsumen yang sebelumnya tidak tahu serta tidak tertarik terhadap produk yang kita jual, tetapi karena produk UMKM kita mempunyai kemasan yang menarik sehingga konsumen juga menjadi tertarik serta berniat untuk membelinya.

Desain kemasan sangat mempengaruhi apa yang terdapat di dalam produknya. Dan dapat mempengaruhi konsumen. Perilaku konsumen yang semakin kritis terhadap kemasan harus mendapat perhatian khusus. Kemasan harus Menggunakan bahan yang ramah lingkungan, simple , serta aman dan tidak menimbulkan kontaminasi pada makanan, serta memberikan informasi produk yang memadai akan menjadi jadi opsi konsumen bahkan menjadi sorotan para konsumen untuk membelinya.

kita harus memperhatikan apa yang menjadi kebiasaan ataupun trend di masyarakat Selain faktor-faktor yang lainnya. Kemasan yang tidak up-to-date serta tidak menarik akan memberikan kesan produk kita ketinggalan zaman, kecuali jika memang produk kita sudah dikenal luas dan memiliki brand usaha yang kuat dan hebat.

UMKM wajib mempunyai strategi pemasaran yang bagus serta menarik guna mempengaruhi harga produk. namun sebagian konsumen yang sangat mengutamakan kualitas, harga bukanlah jadi penghalang jika memang produk yang ditawarkan benar-benar berkualitas. Hingga terpaut dengan perihal tersebut fokus dari riset ini merupakan Bagaimana kemasan pada produk UMKM Didesa Cibatu ? Bagaimana kedudukan kemasan dalam meningkatkan pemasaran produk UMKM di Desa Cibatu?

## **PELAKSAAN DAN METODE**

### **Pelaksanaan Kegiatan**

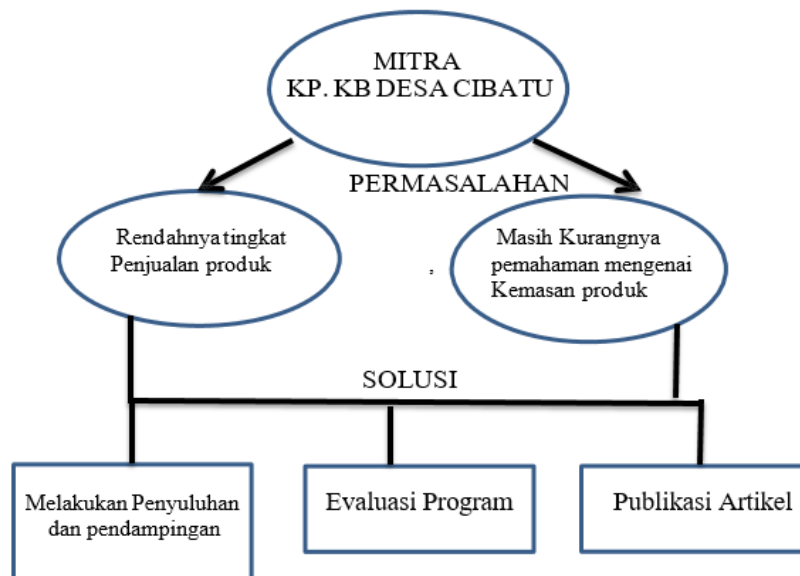
Metode pelaksanaan olahan keripik dalam kemasan yang berada di Kabupaten Sukabumi. Awalnya, kegiatan ini dilakukan yaitu memberikan materi tentang kemasan kepada peserta Umkm yang ada di Desa Cibatu. Materi yang diberikan terkait dengan bernilainya kemasan produk dan hubungannya dengan tingkatan penjualan. peserta Umkm diberikan pengetahuan tentang kemasan yang menarik dari mulai adanya merek, dan label.

Pada aktivitas sosialisasi, partisipan diberikan secara perinci uraian sambil dipraktikan terkait pembuatan kemasan serta metode pengoperasian perlengkapan guna pembuatan kemasan, semacam metode memakai sealer supaya nampak apik serta nampak merekat sempurna. Pada aktivitas ini partisipan ditunjukkan tentang metode membagikan label stiker dan posisi label yang benar supaya kemasan nampak menarik. aktivitas berikutnya merupakan membuat kemasan untuk produknya. Proses pembuatan kemasan ini, diawali dari pemilihan bahan, dimensi, hingga dengan desain serta warna kemasan

Metode pelaksanaan melalui kegiatan kuliah kerja mahasiswa (KKM) dalam pengabdian kepada masyarakat ini terdiri atas kegiatan pemberdayaan lingkungan masyarakat, penyuluhan pendampingan UMKM mitra dari kegiatan ini adalah warga Desa Kp.KB dan warga kp. Tegal datar desa cibatu kecamatan Cikembar kabupaten Sukabumi yang terdiri dari para pengurus kampung, tokoh masyarakat dan warga sekitar.

Kegiatan pemberdayaan lingkungan masyarakat dan penyuluhan serta pendampingan UMKM berawal dari permasalahan mengenai rendahnya tingkat penjualan produk dan pentingnya sebuah brand dalam produk tersebut. Dan permasalahan mengenai bagaimana cara memanfaatkan hasil potensi dari alam atau lingkungan sekitar agar bisa memiliki nilai jual yang sangat tinggi di pasaran.

Pemberdayaan lingkungan dilakukan agar kita bisa mengetahui bagaimana cara memanfaatkan hasil dari potensi alam dan barang di lingkungan sekitar agar bisa menjadi sebuah produk yang bernilai lanjutan bisa menambah pemasukan dengan tujuan untuk memberikan ilmu baru kepada masyarakat mengenai branding dan pemasaran produk agar bisa meningkatkan daya beli konsumen, pendampingan dilaksanakan dengan tujuan kita bisa membantu masyarakat untuk memajukan usaha-usaha yang dimiliki oleh masyarakat termasuk seni yang berada di desa Cibatu kecamatan cikembar kabupaten Sukabumi.



Gambar 1. Metode Kegiatan Pendampingan UMKM

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Masyarakat desa Cibatu kecamatan cikembar rata-rata menempuh jenjang pendidikan sekolah dasar dengan presentasi sebesar 40% tingkat SMA dan SMP sebesar 20% dan 30% dan perguruan tinggi sebesar 10% titik melihat dari hal tersebut maka pengabdian kepada masyarakat contohnya dengan melakukan kegiatan-kegiatan yang membantu masyarakat di bidang usaha untuk meningkatkan sumber daya manusia yang lebih terpercaya dan berkualitas di

desa Cibatu Kecamatan Cikembar khususnya di Kampung KB dan Kampung Tegal Datar, kegiatan-kegiatan tersebut diantaranya:

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan pada hari Minggu 19 Mei 2024 di Balai Kampung KB diselenggarakan oleh peserta KKM kelompok 5 STIE Pasim Kota Sukabumi, narasumber yang tiada lain adalah dosen dari STIE Pasim Sukabumi yang bernama Bapak Endang Naryono, S.E.,M.M. Partisipan atau audience di kegiatan pelatihan ini adalah para pelaku usaha mikro kecil menengah atau UMKM yang sudah terdata di desa Cibatu Kecamatan Cikembar.

Respon yang sangat baik dari para partisipan dan kegiatan ini pun kami rasa cukup membuat mereka tertarik dan bisa lebih mengembangkan lagi usaha yang sedang mereka jalani, interaksi antara masyarakat dan mahasiswa juga sangat baik seperti pada gambar 2 di bawah ini.



Gambar 2. Titik Penyuluhan Pemasaran dan MSDM di Balai kampung KB Desa Cibatu kecamatan Cikembar

### **1. Penyuluhan Pemasaran dan Manajemen Sumber Daya Manusia**

Penyuluhan adalah suatu kegiatan, untuk memberi pengetahuan, informasi dari berbagai kemampuan dalam rangka mengubah masyarakat menuju keadaan yang lebih baik. Pemasaran Produk merupakan segala proses yang diawali dari analisis pasar, membawakan produk ke pelanggan serta menerima umpan balik dari konsumen.

Cara meningkatkan penjualan Usaha mikro kecil menengah yaitu dengan melalui pemasaran. Metode yang digunakan yaitu berupa penyuluhan dengan cara memberi pamflet kecil yang berisi mengenai cara pemasaran. serta dapat memberi kesan yang sangat positif sehingga mereka menjadi tahu cara pemasaran yang benar, dan mereka dapat membuat akun penjualan di marketplace seperti facebook dan instagram. Atau dengan cara membuat konten yang unik kemudian mengupload produk yang dihasilkan di media sosial seperti

Instagram, facebook dan lainnya agar bisa menarik hati perhatian para konsumen.

Peranan dari aktivitas penyuluhan pemasaran ialah untuk membagikan info detail tentang produk yang hendak dijual yang hendak mempengaruhi keputusan membeli dan menghasilkan nilai ekonomis produk pada perusahaan.

Sesi Pemasaran diawali dari pemenuhan kebutuhan manusia yang bertahap jadi kemauan manusia. Peranan pemasaran di bagi jadi 3, ialah:

*1. Selaku pertukaran*

Dengan pemasaran pembeli bisa membeli produk dari produsen baik dengan mengubah uang dengan produk maupun pertukaran produk dengan produk( barter) guna dipakai sendiri ataupun dijual kembali.

*2. Sebagai Distribusi Fisik*

Distribusi fisik suatu produk dilakukan dengan cara mengangkat dan menaruh produk. Penyimpanan produk mengutamakan melindungi pasokan produk supaya tidak kekurangan pada saat diperlukan.

*3. Sebagai Perantara*

Untuk menyampaikan produk dari produsen ke tangan konsumen seperti pengurangan resiko, pembiayaan, pencarian informasi serta standarisasi penggolongan produk.

Manajemen Sumber Daya Manusia yaitu upaya perusahaan untuk mengelola sumber daya manusia yang di miliki, dalam rangka mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

## **2. Pendampingan UMKM Keripik Wilna Family**

Pendampingan UMKM yaitu sebuah upaya untuk membantu atau mengarahkan dan mendukung terhadap individu atau kelompok UMKM, dalam pengembangan usahanya.

penyuluhan serta pelatihan yang diberikan merupakan mengenai pengemasan. Segala bahan pelatihan telah disediakan oleh kami. Kami melaksanakan pencetakan label oleh keripik wilna family di percetakan terdekat posisi penciptaan. label kemasan yang dikembangkan berdasar pada spesifikasi yang diperlukan oleh keripik wilna family.

Keripik Wilna family adalah nama dari produk makanan ringan yang sudah kami dampingi selama 40 hari berlalu dari namanya saja kita sudah tahu makanan ringan tersebut tidak lain adalah makanan ringan keripik yang sudah sangat populer dan viral di kalangan masyarakat baik itu dikalangan orang dewasa maupun anak anak, makanan ini bisa dijadikan cemilan saat kita sedang santai dan menikmati waktu luang bersama keluarga



Gambar 3. Logo Brand

1. Nama brand diambil dari nama anak pemilik UMKM. "Wilna" yaitu Wildan dan Nazwa, dan "family" adalah keluarga
2. Warna hijau : Warna hijau mempunyai arti sebagai lambang dari pertumbuhan dan kekuatan
3. Warna kuning : membangkitkan selera dan merangsang nafsu makan.

Keripik Wilna family juga tidak kalah dengan makanan ringan lainnya bukan hanya rasanya saja yang enak namun harganya juga sangat terjangkau dan mudah kita temui di sekitaran pasar pangleseran cikembar Sukabumi harga yang ditentukan akan mempermudah segmen masyarakat dengan tingkat menengah.

Aneka keripik wilna family merupakan aneka keripik yang berbahan dasar dari singkong dan pisang. Aneka keripik Wilna family memiliki beberapa varian rasa yaitu singkong original singkong balado, singkong pedas, pisang manis, pisang gurih.

Aneka keripik Wilna family memulai produksi pada tahun 2014 oleh ibu yang bernama ibu Een Nuraini usaha ini sudah dimulai berjalan sekitar 10 tahun seiring berjalannya waktu aneka keripik Wilna family membuat inovasi baru yaitu dengan mengubah kemasan produk agar terlihat lebih menarik agar daya beli konsumen lebih meningkat selain itu perubahan label pun bertujuan untuk menyampaikan informasi lebih lengkap kepada para konsumen dan meningkatkan daya tarik tidak heran apabila banyak yang bertanya kepada nama produk ini bisa menggunakan nama dari anak ibu pemilik yaitu ibu Een Nuraini yang anaknya diberi nama Wildan dan Najwa yang disatukan menjadi Wilna dan kata family diambil dari bahasa Inggris yang artinya keluarga Karena kecintaan seorang ibu kepada anak-anaknya sehingga beliau ingin mengenang nama anaknya agar bisa selalu diingat baik oleh dirinya maupun masyarakat yang mengenal produk tersebut di bawah ini adalah gambar pemilik usaha keripik Wilna family.



Gambar 4. Ibu Een Nuraini Pendiri Usaha Keripik Wilna Family

Karena fokus kita di sini adalah untuk mendampingi usaha keripik Wilna family supaya bisa berkembang di pasaran dan bisa lebih dikenal lagi oleh masyarakat cikembar maupun luar cikembar maka dari itu kami mencoba beberapa ide agar kemasan produk ini bisa menjadi lebih unik dan menarik mulai dari pemilihan warna, pembuatan stiker dan mencetuskan logo mana

yang cocok untuk dijadikan logo resmi bahkan kita juga mencantumkan dan mengusahakan izin pirt pada produk wilna family bahkan kita juga mencantumkan berat daripada produk tersebut karena sebelumnya produk ini tidak dicantumkan berat bersih dari produk ini.

Dan pada akhirnya perjuangan kita tidak sia-sia dengan sedikit perubahan keripik Wina family kinai bisa bersaing dengan produk-produk terkenal lainnya bahkan produk ini kami bantu untuk pemasaran ke toko serba pelabuhan Sukabumi dan alhamdulillah produk ini sudah tembus ke swalayan toko serba pelabuhan ratu, Sukabumi pada tanggal 29 Mei 2024.



Gambar 5. Pemasaran ke Swalayan Toko Serba Pelabuhan Ratu



Gambar 6. Logo Before dan After New Packaging

### **3. Bazar UMKM di Kampung KB Desa Cibatu Kecamatan Cikembar**

Kegiatan bazar UMKM ini sengaja dilaksanakan untuk memeriahkan kegiatan penutupan KKM di desa Cibatu yang telah dilaksanakan pada hari Minggu tanggal 02 Juni 2024. Dengan mengundang semua pelaku UMKM yang sudah terdata di desa Cibatu dengan cara mempromosikan semua produk yang dijadikan bahan usaha mereka sehari-hari dengan terlaksananya kegiatan belajar ini mudah-mudahan bisa membantu perekonomian masyarakat khususnya yang berada di desa Cibatu ini dan kami berharap kegiatan belajar ini bisa menjadi kegiatan yang nantinya akan rutin diadakan di desa Cibatu walaupun ini kegiatan kedua yang pernah dilaksanakan oleh KKM sebelumnya tapi tidak jadi masalah respon dari para warga sangat hangat dan baik mereka sangat antusias mengikuti kegiatan ini banyak yang hadir mulai dari anak-anak remaja orang tua bahkan kampung lain pun ikut memeriahkan kegiatan ini kegiatan ini dihadiri langsung oleh bapak kepala desa Cibatu yaitu bapak Ijang S,Pd,serta Bapak dari Bazarnas dan tokoh-tokoh masyarakat serta staf pemerintahan desa Cibatu yang ikut hadir pada hari itu.



Gambar 7. Penutupan KKM ( Kegiatan Bazar )

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pendampingan UMKM sangat menambah wawasan ilmu untuk partisipan mengenai kemasan, yang tujuannya guna mendukung perkembangan usaha UMKM, tidak hanya itu, pelaku UMKM pula memperoleh pengetahuan dasar tentang label selaku data tentang produk yang dipasarkan.

Dalam Pendampingan UMKM ini pula menekankan bernilainya penyajian produk secara menarik serta unik. Sehingga bisa membantu memperoleh atensi yang lebih dari konsumen dikala memandang kemasan produk yang ditawarkan.

Dengan mengikuti Pendampingan UMKM, tidak hanya mencermati modul mengenai berartinya kemasan dan label produk, para partisipan pula

melaksanakan dialog mengenai tata cara guna meningkatkan energi tarik produk yang bisa menaikkan rasa mau tahu calon konsumen semacam pemakaian sticker, kalimat yang menarik selaku promosi, serta yang lain.

Diharapkan dengan adanya pendampingan menimpa hambatan ini, mampu jadi bonus pengetahuan pemasaran modern: Anjuran Anjuran yang diberikan oleh para partisipan untuk dosen pelaksana Pendampingan UMKM ialah agar kegiatan sejenis ini bisa dicoba secara berkepanjangan, terutama untuk pendampingan secara berkepanjangan dalam proses registrasi NIB, PIRT serta Merk. Tidak hanya itu dibutuhkan dialog lebih lanjut untuk tata metode pemasaran yang lain dengan budget yang sesuai dengan keadaan pelaksana UMKM Mengenai ini bisa dicoba melalui kegiatan- kegiatan promosi yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah sebagai pendukung perkembangan ekonomi wilayah setempat.

Pemasaran pula bisa dicoba dengan media sosial yang dimiliki, baik itu instagram, facebook maupun media sosial yang lain. Dengan terdapatnya aktivitas Pendampingan ini diharapkan bisa menolong pelaksana UMKM untuk lebih baik dalam melaksanakan kegiatan usahanya serta menunjang perkembangan yang berkepanjangan.

Kelompok 5 kuliah kerja mahasiswa telah melakukan pendampingan UMKM pada produk aneka keripik Wilda family yang dilaksanakan di desa Cibatu kecamatan cikembar kabupaten Sukabumi pada program kerja ini kami melakukan edukasi mengenai pentingnya kemasan produk yang menarik seperti apa kami juga melakukan perubahan kemasan pada produk keripik wild family agar terlihat lebih menarik dan bertujuan untuk meningkatkan daya beli produk agar produk ini mampu bersaing di pangsa pasar bahkan kami juga melakukan dan membantu izin daripada pirt produk mengapa mili perubahan ini juga dilakukan karena dengan berkembangnya zaman semua orang pasti akan lebih mudah membangun usaha dengan modal yang tidak terlalu besar

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami Ucapkan Terimakasih kepada bapak Ijang S.Pd selaku kepala desa Cibatu kecamatan Cikembar kabupaten Sukabumi beserta staf desa serta bapak Agus Rahmat selaku pembimbing UMKM di desa Cibatu yang selalu memberikan bimbingan dan arahnya sehingga kegiatan kuliah kerja mahasiswa ini bisa terlaksana dengan sangat baik, terima kasih juga kami ucapkan kepada seluruh masyarakat kampung KB yang selalu ikut dalam mensukseskan kegiatan yang kita laksanakan kami juga sangat berharap dengan adanya kegiatan ini bisa menjadi sesuatu hal yang berdampak positif bagi kedepannya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- (2020). Pendidikan Toleransi Dan Relevansinya Dengan Dinamika Sosial Masyarakat Indonesia. Tsamratul Fikri, 14(1), 1-14.
- Abdurachman, T., Agustinus, E., Mulyani, N., & Rahma, A. Pengaruh Kemasan Produk Terhadap Pengembangan UMKM Olahan Makanan dengan Harga Jual sebagai Variabel Intervening (Studi pada UMKM Binaan Inopak Institute di Kota Tasikmalaya). Jawa Barat, Universitas Siliwangi.

- Agustinus, E., Sopiyan, M., & Mulyani, N. (2022). *Sosialisasi Legalitas dan Manajemen Usaha Bagi UMKM di (2014) Dasar-dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Kasus*, Yogyakarta, Center of Academic Publishing Service. Kasmir. (2011). *Kewirausahaan - Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada Klimchuk, Marianne Rosner; Sandra A. Krasovec (2006). *Desain kemasan: perencanaan merek produk yang berhasil mulai dari konsep sampai penjualan*, Jakarta, Erlangga
- ADI WIDYA Jurnal Pendidikan Dasar, 4(1), 29-39.
- Ahmadi, A. (2009). *Psikologi Umum (Edisi Revisi)*. Rineka Karya.
- Aliyyah, R. R. et al. (2018). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*.
- Aliyyah, R. R., Fauziah, R., & Asiyah, N. (2017). *Peningkatan Cinta Lingkungan Dan Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan Melalui Program Pengabdian Masyarakat Increased Love for the Environment and Empowerment of Rural Communities Through Community Service Programs*. 46-60.
- Anisa, C., & Rahmatullah, R. (2020). *Visi Dan Misi Menurut Fred R. David Perspektif Pendidikan Islam*. *Journal EVALUASI*, 4(1), 70.  
<https://doi.org/10.32478/evaluasi.v4i1.356>
- Dalman. (2013). *Keterampilan Menulis*. Rajawali Pers.
- Desa Cidahu. (2019). *Profil Desa Cidahu*. Kecamatan Cidahu Kabupaten Sukabumi.
- Djiwandon. (2006). *Psikologi Pendidikan (Revisi 2)*. Grasindo.
- Handitya, B. (2018). *Peran Pendidikan Dalam Membangun Moral Bangsa Di Era Disrupsi*. *Prosiding Seminar Nasional Jurusan Politik Dan Kewarganegaraan*, 2(1), 41-52.  
<https://doi.org/10.21831/istoria.v10i1.3598>
- I Wayan Cong Sujana. (2019). *Fungsi Dan Tujuan Pendidikan Indonesia*. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 2(2), 355-371.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (n.d.).
- Kemendikbud. (2017). *Peta Jalan Generasi Emas Indonesia 2045*.
- Kemenperin. (2014). *Pemerataan Pembangunan Industri*.  
[www.ppi.kemenperin.go.id](http://www.ppi.kemenperin.go.id).
- Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia, 1-30.
- Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. (2018). *Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2018 tentang Badan Akreditasi Nasional Pendidikan Anak Usia Dini dan Pendidikan Nonformal*.
- Lazwardi, D. (2017). *Manajemen Kurikulum Sebagai Pengembangan Tujuan Pendidikan*. *Idarah: Jurnal Pendidikan Islam*, 7(1), 99-112. Sodik, F. Mahasiswa Universitas Samudra KKN Tahun 2017 ). *Jim Upb*, 7(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Samudra KKN Tahun 2017), 57-68.
- Syah. (2008). *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*. Remaja Rosdakarya.
- Syardiansah. (2019). *Pengembangan Kompetensi Mahasiswa ( Studi Kasus Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003*. (2003).