

Essential Knowledge Kemasan Bubuk Kopi KSU Buah Ketakasi Kecamatan Silo Kabupaten Jember

Rachmat Udhi Prabowo¹, Dyah Ayu Nugraheni², Djoko Soejono³ Ariq Dewi M.⁴, Julian Adam R.⁵

^{1,3,4,5}Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Jember, Jember, Indonesia

²Pendidikan Bahasan Inggris, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Islam Jember, Jember, Indonesia

Email: ¹rachmatudhi@unej.ac.id, ²dyh.ayoe@gmail.com, ³soejono_djoko.faperta@unej.ac.id,

⁴ariqdewi.faperta@unej.ac.id, ⁵adam.faperta@unej.ac.id

Abstract

The power of packaging design greatly influences purchasing decisions because unique packaging designs appeal to consumers. In general, the purpose of this activity is to provide training on the importance of coffee product packaging for the sustainability of the Ketatasi Fruit KSU business unit so that it can compete with similar products produced by different companies, with specific objectives: (1) To increase the management's understanding of Ketatasi Fruit KSU's role in packaging in the KSU Ketatasi Fruit ground coffee business; (2) To increase the knowledge of KSU Buah Ketatasi managers about the functions, types, and uses of KSU Ketatasi ground coffee product packaging; and (3) To introduce tips on choosing packaging for ground coffee products at KSU Buah Ketaka. Results of the activities (1) The purpose of packaging is to maintain the aroma and taste of ground coffee both when distributed to consumers and when sold in shops, both in traditional markets and supermarkets. Same as long as the user is holding it. If the coffee is not packaged properly, the freshness, smell, and taste of the ground coffee will suffer after a week or two. The durability of ground coffee during packaging is influenced by several factors, namely storage conditions (ambient temperature), degree of roasting, ground coffee moisture content, fineness of the powder, and oxygen content of the packaging. (2) Good packaging materials should have the following characteristics: low water vapor permeability, low oxygen permeability, low aroma and odor permeability, carbon dioxide gas permeability, good oil resistance, etc., good scratch and tear resistance, and be easy and cheap to get.

Keywords: Packaging, Buah Ketakasi KSU, Coffee Powder Products.

Abstrak

Kekuatan desain kemasan sangat mempengaruhi keputusan pembelian karena desain kemasan yang unik menarik bagi konsumen. Secara umum tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan pelatihan tentang pentingnya kemasan produk kopi bagi keberlangsungan unit usaha KSU Buah Ketatasi agar dapat bersaing dengan produk sejenis yang diproduksi oleh perusahaan yang berbeda, dengan tujuan khusus: (1) Untuk meningkatkan pemahaman manajemen KSU Ketatasi Fruit terhadap peran kemasan dalam bisnis kopi bubuk KSU Ketatasi Fruit; (2) Meningkatkan pengetahuan pengelola KSU Buah Ketatasi tentang fungsi, jenis dan kegunaan kemasan produk kopi bubuk KSU Ketatasi; dan (3) memperkenalkan tips memilih kemasan produk kopi bubuk di KSU Buah Ketaka Hasil kegiatan (1) Tujuan pengabdian ini adalah mentransfer *knowledge* mengenai pengemasan yang baik; (2) Bahan kemasan yang baik harus memiliki karakteristik sebagai berikut: *permeabilitas* uap air rendah, permeabilitas oksigen rendah, permeabilitas aroma dan bau rendah, permeabilitas gas karbon dioksida, ketahanan yang baik terhadap minyak, dll., ketahanan gores dan sobek yang baik., dan mudah dan murah untuk mendapatkannya.

Kata Kunci: Kemasan, KSU Buah Ketakasi, produk bubuk kopi.

A. PENDAHULUAN

Komoditas kopi adalah salah satu produk utama yang ditanam di banyak negara di seluruh dunia. Kebanyakan kopi diproduksi di daerah tropis, terutama di Amerika Selatan, Afrika, dan Asia. Secara umum,

hilirasi komoditas kopi terdiri dari beberapa tahap, yaitu panen, pengolahan, pengemasan, dan distribusi. Setelah dipanen, biji kopi harus diolah agar dapat dikonsumsi. Proses pengolahan ini melibatkan pengupasan kulit, pengeringan, dan pemisahan biji dari daging buah kopi. Setelah biji kopi diolah, mereka kemudian dikemas dan didistribusikan ke seluruh dunia. Proses distribusi ini melibatkan perusahaan-perusahaan besar dan kecil, yang mengambil alih kopi dari petani dan memperjualbelikannya ke pembeli di seluruh dunia. Selama bertahun-tahun, kopi telah menjadi komoditas yang sangat penting dalam perdagangan internasional. Ada banyak faktor yang memengaruhi harga kopi, termasuk cuaca, permintaan pasar, dan masalah sosial atau politik di negara-negara penghasil kopi. Harga kopi biasanya diukur dalam satuan pound atau kilogram, dan dapat berubah secara signifikan dari waktu ke waktu.. Persaingan perdagangan kopi bubuk di dalam negeri adalah persaingan antara perusahaan-perusahaan yang memproduksi dan memasarkan kopi bubuk di dalam satu negara. Persaingan ini dapat menjadi sangat sengit karena kopi bubuk adalah produk yang populer dan banyak diminati di seluruh dunia. Dalam persaingan ini, perusahaan-perusahaan berusaha untuk memenangkan pasar dengan cara menawarkan produk yang lebih baik dan berkualitas tinggi, harga yang lebih murah, dan pelayanan yang lebih baik. Mereka juga dapat melakukan strategi pemasaran dan promosi untuk meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap produk mereka. Selain persaingan antar perusahaan, persaingan dalam perdagangan kopi bubuk juga melibatkan persaingan antara produk kopi bubuk lokal dan impor. Di satu sisi, kopi bubuk lokal dapat menawarkan keunggulan dalam hal rasa dan aroma yang sesuai dengan selera lokal. Di sisi lain, kopi impor dapat menawarkan kualitas yang lebih baik dan harga yang lebih kompetitif. Untuk meningkatkan daya saingnya, perusahaan-perusahaan dapat melakukan berbagai strategi seperti investasi dalam teknologi produksi yang lebih efisien, meningkatkan kualitas produk, mengembangkan varian produk baru, atau menjalin kemitraan dengan petani kopi lokal. Meskipun persaingan perdagangan kopi bubuk di dalam negeri dapat memberikan banyak manfaat bagi konsumen dan ekonomi lokal, namun juga dapat menyebabkan perusahaan-perusahaan kecil atau petani kopi lokal kesulitan bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar yang memiliki modal dan sumber daya yang lebih besar. Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang tepat untuk memastikan adanya persaingan yang sehat dan berkeadilan di dalam negeri.

Sebagian besar produk yang dibeli konsumen di toko bukanlah hasil pertimbangan yang matang atau analisis yang mendalam. Konsumen seringkali tidak merasa perlu membaca atau meneliti kemasan produk lebih dekat. Saat itu, persepsi warna atau bentuk kemasan memegang peranan penting dalam proses pembelian. Oleh karena itu, warna dan bentuk kemasan produk hanyalah insentif untuk mencari memori kualitas yang baik dalam produk tersebut. Dan itu tidak layak dipertimbangkan. Kemasan adalah salah satu pilar penjualan produk Pada awalnya kemasan hanya berupa wadah yang berguna untuk melindungi, menutupi atau memfasilitasi suatu produk dibawa, tapi lama kelamaan paketnya harus bisa meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk (Didiharyono dkk, 2018). Desain kemasan memegang peranan penting dalam pemasaran produk karena menggambarkan tampilan produk itu sendiri (Julianti, 2014). Menurut Melinda dan Farida (2021) Informasi adalah salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang sedang membaca gambar dan logo produk makanan kemasan. Tantangan bagi desainer kemasan adalah menciptakan kemasan yang melindungi produk, melindungi konsumen, memudahkan penyimpanan dan pengangkutan produk, memberikan informasi tentang produk, menarik, ramah lingkungan, nyaman, ekonomis, legal dan promosi. nilai Tantangan ini semakin dinamis dengan perubahan peristiwa yang lebih cepat di lingkungan eksternal, terutama di konsumen dan budaya mereka. Kemasan yang sebelumnya berhasil menciptakan citra kini melemah kemampuannya karena persepsi tentang kemasan dan produk berubah. Oleh karena itu, agar kemasan menjadi efektif, harus disesuaikan dengan budaya baru, selera yang berbeda, dan kebiasaan konsumsi yang baru. Pengemasan yang baik dapat menghilangkan pilihan strategis antara harga atau produk (harga atau metode produksi). Di masa lalu, pabrikan membuat strategi untuk mempertimbangkan keputusan pasar sasaran. Secara tradisional, ini adalah harga rendah yang mengarah pada kualitas produk yang lebih rendah atau sebaliknya. Namun kini, kemasan produk yang baik sangat membantu sebagai perantara dalam mengoptimalkan pilihan. Yakni, kesempatan untuk memamerkan produk-produk cantik dengan harga terjangkau dan ke pasar yang lebih luas.

Artinya kemasan telah menjadi alat pemasaran, karena peran kemasan dapat menciptakan nilai tersendiri bagi konsumen. Tujuan pengemasan produk yang baik adalah untuk melindungi produk dari kerusakan atau kerusakan selama transportasi dan penyimpanan, serta untuk mempertahankan kualitas dan keamanan produk selama umur simpannya. Selain itu, pengemasan yang baik dapat membantu meningkatkan citra merek dan membuat produk lebih menarik bagi konsumen. Pengemasan yang baik juga dapat membantu dalam memenuhi persyaratan peraturan dan standar keselamatan produk yang diterapkan oleh badan pengawas pemerintah dan industri. Dengan demikian, pengemasan yang baik sangat penting bagi produsen dan konsumen, karena dapat memastikan bahwa produk tiba di tangan konsumen dengan kondisi yang baik dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.. Pentingnya pengemasan produk kopi olahan yang dihasilkan oleh Koperasi Multi Usaha (KSU) Buah Ketakas merupakan strategi untuk memenuhi kriteria berbagai

rantai pasokan logistik dan kegiatan pemasaran yang menjangkau konsumen, yang menciptakan perubahan pola dan kebiasaan konsumsi yang menuntut lebih banyak. solusi pengemasan yang inovatif. Dengan demikian kemasan yang inovatif dan menarik dapat meyakinkan calon pembeli untuk membeli, karena kemasan yang menarik setidaknya menarik di mata konsumen. Dengan kata lain, kemasan mempengaruhi keputusan pembelian.

Secara umum kegiatan ini bertujuan memberikan penyuluhan pentingnya kemasan produk kopi bagi keberlanjutan unit bisnis pada KSU Buah Ketakasi agar mampu bersaing dengan produk yang sejenis yang dihasilkan berbagai perusahaan, sedangkan tujuan secara spesifik adalah (1) Untuk meningkatkan pemahaman pengelola KSU Buah Ketakasi terhadap peran kemasan dalam bisnis bubuk kopi pada KSU Buah Ketakasi, (2) Untuk meningkatkan pengetahuan pengelola KSU Buah Ketakasi terhadap fungsi, jenis dan tujuan penggunaan kemasan produk bubuk kopi pada KSU Buah Ketakasi dan (3) Untuk mensosialisasikan tips memilih kemasan produk bubuk kopi pada KSU Buah Ketakasi.

B. PELAKSAAN DAN METODE

Sebelum pelaksanaan kegiatan dilakukan langkah-langkah persiapan sebagai berikut: (a) tim menyusun proposal teknis yang meliputi latar belakang, rumusan masalah dan metode pelaksanaan, (b) tim berkoordinasi dengan KSU Buah Ketakasi, Pada tahap ini, tim mengunjungi secara langsung untuk melihat dan menganalisis masalah yang muncul melalui sumber kontak langsung melalui kegiatan operasional pengamatan dan pencatatan yang sistematis berdasarkan objek tertentu (Widoyoko, 2014) (c) tim menentukan lokasi dan bakti sosial dalam bentuk FGD. (d) Kelompok menyiapkan kebutuhan administrasi dan layanan pendukung lainnya, (e) Kelompok menyiapkan bahan diskusi. Setelah persiapan, dilakukan metode ceramah, sosialisasi dan penyuluhan, serta pendampingan dan evaluasi hasil sosialisasi.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Potensi yang Perlu Dikembangkan

KSU Buah Ketakasi Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember merupakan salah satu petani penghasil kopi yang didirikan atas kesepakatan bersama untuk memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya anggotanya. KSU Buah Ketakasi bercirikan identitas ganda, artinya anggota koperasi adalah pemilik objek sekaligus pelanggan. Sejak berdiri sebagai badan hukum pada tahun 2007, KSU Buah Ketakasi telah mengembangkan unit usaha berdasarkan perjanjian kepesertaan. Unit bisnis keuangan dimiliki dan dikendalikan bersama demokrasi dengan satu tujuan, yaitu melayani kebutuhan anggotanya. Namun keberadaan badan ekonomi ini tidak menjadikan koperasi sama dengan badan usaha swasta, dengan kata lain berkembangnya kegiatan niaga dalam koperasi tidak menjadikan koperasi sebagai lembaga niaga belaka. Salah satu unit bisnis dan bisnis inti KSU Buah Ketakasi adalah kopi bubuk halus. Dalam bisnis kopi bubuk, pihak manajemen membuat kemasan yang sederhana dengan tujuan agar dapat dikenal oleh konsumen, namun sulit untuk bersaing di pasar. Kendala yang dihadapi KSU Buah Ketakasi adalah: (a) keterbatasan pengetahuan dan pemahaman akan pentingnya kemasan dalam persaingan di pasar; b) terbatasnya akses pasar produk kopi; dan (c) modal ventura terbatas. Keterbatasan tersebut menjadi tantangan bagi pertumbuhan dan perkembangan, mengingat KSU Buah Ketakasi memiliki potensi kopi Robusta yang prospeknya sangat menjanjikan. Secara kuantitatif, petani kopi merupakan mayoritas masyarakat yang teknik budidayanya diwariskan secara turun-temurun, sehingga ketersediaan bahan baku industri pertanian relatif terjamin. Dari segi kualitas, biji kopi yang diproduksi atau digunakan sebagai bahan utama unit usaha KSU Buah Ketakasi diolah secara basah atau fermentasi, sehingga rasa dan aromanya diutamakan.

Kegiatan FGD dengan KSU Buah Ketakasi

Kegiatan ini adalah memuat pengumpulan data adalah review desain kemasan saat ini. Kemasan produk diperiksa sesuai dengan prinsip-prinsip desain grafis yang baik (Swasty dan Mustikawan, 2022). Tujuan kegiatan FGD adalah untuk menyelaraskan pemahaman akan pentingnya kemasan dengan KSU Buah Ketakasi, karena proses ini bertujuan untuk menjaga aroma dan rasa kopi bubuk baik saat didistribusikan ke konsumen maupun saat dijual di pasar dan supermarket. Menurut Wahyudi dan Satriyono (2017) ada beberapa di antaranya faktor yang perlu dipertimbangkan pemasar karena dapat berdampak besar daya saing produk, salah satunya adalah kemasan. Jika kopi tidak dikemas dengan benar, kesegaran, bau, dan rasa kopi bubuk akan menurun drastis setelah satu atau dua minggu. Beberapa faktor yang mempengaruhi pengawetan kopi bubuk selama pengemasan yaitu kondisi penyimpanan [suhu lingkungan], derajat

pemanggangan, kadar air kopi bubuk, kehalusan bubuk dan kandungan oksigen kemasan. Air dalam kemasan menghidrolisis senyawa kimia dalam kopi bubuk dan menyebabkan bau [sisa] apak, sedangkan oksigen mengurangi aroma dan rasa kopi melalui proses oksidasi. Bahan kemasan yang baik harus memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a) Permeabilitas uap air rendah
- b) Permeabilitas oksigen rendah
- c) Sifat penetrasi bau dan bau rendah
- d) Sifat *permeabel* gas CO₂
- e) Daya tahan tinggi terhadap minyak dll
- f) Ketahanan tinggi terhadap goresan dan air matang serta mudah dan murah diperoleh



Gambar 1. Kegiatan FGD dan Sosialisasi dengan Pengurus KSU Buah Ketakasi

Beberapa jenis kemasan yang paling umum adalah plastik bening dan aluminium foil. Masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan dalam hal penyimpanan, kepraktisan dan harga. Selain daya tahan, kemasan harus mampu menarik pembeli kopi bubuk dengan gambar, warna dan teks di bagian luarnya. Bagi yang baru mulai, kemasan harus memberikan kemasan yang menarik jika dilakukan dengan benar. Alat pres panas manual dapat digunakan untuk menutup lubang segel. Jika ingin memperpanjang umur simpan kopi bubuk, kandungan oksigen dalam kemasan dapat dikurangi hingga level terendah atau, jika mungkin, kemasan vakum.

Kegiatan Pelatihan, Pendampingan dan Evaluasi

Saat ini, membangun bisnis juga membutuhkan ide atau kreativitas meningkatkan penjualan produk lebih baik lagi dan memperhatikan kemasan untuk membuatnya menarik, maka dibutuhkan ide-ide kreatif dari pemilik usaha untuk mewujudkannya (Aprianti, 2018; Muljani, dkk 2020; Rustiarini, dkk 2021; Darajat dan Siregar, 2021). Pengemasan yang baik harus memenuhi beberapa kriteria teknis agar produk dapat dikemas dengan aman dan mudah diakses oleh konsumen. Berikut ini adalah narasi teknis pengemasan yang baik:

- Pilih bahan kemasan yang berkualitas: Bahan kemasan yang dipilih harus dapat melindungi produk dari kerusakan dan kontaminasi, serta mampu menjaga kesegaran dan kualitas produk. Bahan kemasan yang umum digunakan adalah plastik, kertas, karton, dan logam. Pastikan ukuran dan bentuk kemasan sesuai dengan produk: Kemasan harus disesuaikan dengan bentuk, ukuran, dan berat produk agar dapat ditempatkan dengan aman dan tidak rusak selama proses pengiriman. Ukuran kemasan juga harus sesuai dengan volume dan berat produk agar pengiriman dapat dilakukan dengan efisien. Gunakan metode pengemasan yang tepat: Ada beberapa metode pengemasan yang bisa digunakan, seperti manual, mesin, atau kombinasi keduanya. Pilih metode pengemasan yang tepat untuk produk yang akan dikemas agar dapat mengurangi risiko kerusakan atau kehilangan. Beri label pada kemasan: Label pada kemasan harus jelas

dan mudah dibaca, mencantumkan informasi seperti nama produk, tanggal produksi, tanggal kadaluarsa, dan instruksi penggunaan. Label juga harus di tempatkan pada tempat yang mudah dilihat oleh konsumen. Beri pelindung tambahan: Untuk produk yang mudah rusak atau rentan terhadap benturan, berikan pelindung tambahan seperti kantong udara atau bahan pelindung lainnya untuk menghindari kerusakan. Simpan kemasan dengan benar: Setelah produk dikemas, pastikan untuk menyimpan kemasan dengan benar agar dapat menjaga kesegaran dan kualitas produk. Simpan kemasan di tempat yang kering, bersih, dan terlindung dari sinar matahari langsung atau suhu yang ekstrem. Dengan memperhatikan beberapa kriteria di atas, pengemasan produk dapat dilakukan dengan baik dan aman sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumen.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan, Pendampingan dan Evaluasi dengan Pengurus KSU Buah Ketakasi

Tehnis pengemasan tentu tidak lepas dari dukungan upaya dalam penjualan dan promosi produk kopi. Upaya dalam menjual bubuk kopi harus memperhatikan beberapa rekomendasi dari tim pengabdian yang terdiri dari: (1) Tentukan target pasar: Sebelum mempromosikan produk, tentukan terlebih dahulu target pasar yang ingin dijangkau. Ketahui siapa konsumen potensial produk Anda, seperti usia, gender, hobi, minat, dan lain sebagainya. Hal ini akan membantu KSU Buah Ketakasi memilih metode promosi yang tepat dan menjangkau target pasar dengan lebih efektif. (2) membuat *brand identity* yang kuat: *Brand identity* adalah citra yang ingin dibangun dan ditampilkan melalui produk dan promosi. Kemudian membuat logo dan slogan yang menarik dan mudah diingat, serta konsisten dalam semua materi promosi. *Brand identity* yang kuat akan membantu memperkuat citra dan kepercayaan konsumen terhadap produk KSU Buah Ketakasi.(3) menggunakan media sosial: Media sosial menjadi salah satu platform yang efektif dalam mempromosikan produk. Membuat akun media sosial resmi untuk produk dan berinteraksi dengan konsumen melalui konten yang menarik dan informatif. Serta menggunakan fitur-fitur seperti *live streaming*, *stories*, dan *hashtags* untuk meningkatkan jangkauan dan *engagement*. (4) memberikan diskon dan promo: Diskon dan promo menjadi cara yang ampuh untuk menarik konsumen dan meningkatkan penjualan. memberikan diskon khusus pada momen-momen tertentu seperti hari raya atau hari besar lainnya, dan promo seperti *buy one get one* atau *free shipping*. Hal ini akan memberikan nilai tambah bagi konsumen dan meningkatkan kepuasan mereka. (5) Menawarkan pelayanan pelanggan yang baik: Pelayanan pelanggan yang baik sangat penting untuk mempertahankan konsumen dan mendapatkan rekomendasi dari mereka. Tanggapi pertanyaan dan keluhan dengan cepat dan ramah, dan berikan solusi yang tepat dan memuaskan bagi konsumen.

D. PENUTUP

Tujuan pengemasan adalah untuk menjaga aroma dan rasa kopi bubuk saat didistribusikan dan dijual kepada konsumen di toko, pasar tradisional, dan supermarket. Daya tahan kopi bubuk selama pengemasan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kondisi penyimpanan [suhu lingkungan], derajat penyangkai,

kadar air kopi bubuk, kehalusan bubuk dan kandungan oksigen dalam kemasan Bahan kemasan yang baik harus memiliki sifat-sifat sebagai berikut : kapasitas transmisi uap air rendah, permeabilitas oksigen rendah, permeabilitas bau dan bau rendah, CO₂ - permeabilitas gas, ketahanan yang baik terhadap minyak dll., ketahanan gores dan sobek yang baik serta mudah dan murah untuk mendapatkannya. Untuk memudahkan pemasaran dan distribusi ke konsumen, kemasan kopi bubuk diumpulkan dan dimuat ke dalam kardus [karton] sesuai dengan jenis mutu, ukuran kemasan dan format kemasan. Karton diberi nama perusahaan, merek dagang, dan tanda produksi yang jelas. Tumpukan kardus tersebut kemudian disimpan di gudang dengan drainase, penerangan dan ventilasi yang memadai.

Saran

Dalam persaingan global saat ini, konsumen memiliki lebih banyak keinginan. Produk rasa konsumen juga meningkat. Oleh karena itu, sebaiknya pihak pengelola KSU Buah Ketakasi lebih memperhatikan bidang bahan pengemas, karena memiliki pengaruh yang dominan terhadap perlindungan, daya tarik praktis, penampilan dan etika pengemasan. Kemasan telah menjadi komponen yang juga mencakup unsur estetika, seperti daya tarik produk pada pancha indera. Misalnya keindahan desain produk, keunikan model produk dan kombinasinya. Oleh karena itu, produsen dapat berasumsi bahwa konsumen akan tertarik untuk membeli produk berdasarkan kesan pertama dari tampilan kemasan produk tersebut. Pengemasan memang penting untuk bersaing di pasar, namun harus didukung dengan kemitraan dengan berbagai pemangku kepentingan.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya kemasan terhadap penjualan produk perusahaan. *Jurnal Sosio ekons.* 10(1), 20-27.
- Didiharyono, D., Tenrigau, A. M., & Marsal, M. (2018). Pemanfaatan SampahvPlastik Untuk Dijadikan Bantal Yang Berkualitas Dan Bernilai Ekonomis Di Desa Tolada Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 8-13.
- H. Khan and R. Lee, “Does packaging influence taste and quality perceptions across varying consumer demographics?”, *Food Qual. Prefer.*, vol. 84, no. March, p. 103932, 2020, doi: 10.1016/j.foodqual.2020.103932.
- Julianti, S. (2014). *The Art Of Packaging*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta
- Melinda, A., & Farida, E. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku mahasiswa fik unnes dalam membaca label informasi nilai gizi. *Indonesian Journal of Public Health and Nutrition*, 1(3), 491-498.
- Muljani, N., Arini, A., Suhartatik, A., Lindawati, T., & Nagel, P. J. F. (2020). Pentingnya Merek Dan Kemasan Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Dari Usaha Mikro Dan Kecil. *PeKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 3(2), 53-64.
- N. D. Steenis, E. van Herpen, I. A. van der Lans, T. N. Lighthart, and H. C. M. van Trijp, “Consumer response to packaging design: The role of packaging materials and graphics in sustainability perceptions and product evaluations,” *J. Clean. Prod.*, vol. 162, pp. 286–298, Sep. 2017, doi: 10.1016/j.jclepro.2017.06.036.
- Rustiarini, N. W., Anggraini, N. P. N., & Satwam, I. K. S. B. (2021). Perancangan Kemasan Dupa Yang Ekonomis Dan Ramah Lingkungan. *JMM: Jurnal Masyarakat Mandiri*. 5(4), 1808-1817.
- Soejono D. 2013. Introduksi Pasca Panen Komoditas Kopi Dengan Sistem Semi Olah Basah Pada Kelompok Pekerja Di Wilayah Jalur Lintas Selatan Jawa Timur. Surabaya: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur
- Swasty, W. dan Mustikawanm, A. (20232). Redesain Grafis Kemasan Produk Kopi Puntangdengan Konsep Ilustrasi Line-Art: Charity: *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. Vol 5 No.1, 80-89.

Wahyudi, N., & Satriyono, S. (2017). *Mantra Kemasan Juara*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Widoyoko, E. P. (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar