Jurnal GEMBIRA (Pengabdian Kepada Masyarakat)
Vol. 4, No. 5, Oktober 2026
E-ISSN 2985-3346

PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI PENDAMPINGAN BRANDING DAN PROTOTYPING KEMASAN UNTUK MENINGKATKAN LITERASI DAN KUALITAS KEMASAN PRODUK

EMPOWERMENT OF MSMES THROUGH BRANDING ASSISTANCE AND PACKAGING PROTOTYPING TO ENHANCE PACKAGING LITERACY AND PRODUCT PACKAGING QUALITY

Aditya Wahyu Winadi Atmajaya [1], Syaiful Bachri [2], Berlina Yudha Pratiwi [3], Elis Rahmawati Mar'atus Sholihah [4], Fredy Eka Ardhi Pratama [5]*
[1]Jurusan Teknik Pertanian, Politeknik Negeri Jember
[2]Jurusan Teknik Pertanian, Politeknik Negeri Jember
[3]Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Jember
[4]Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember
[5]Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember
[5]* Email@korespondensi : Fredy.eka@polije.ac.id, [1] a_atmajaya@polije.ac.id, [2] poeng@polije.ac.id, [3] berlina_y@polije.ac.id, [4] elis_rahmawatims@polije.ac.id

Article History:
Received: August 25th, 2026
Revised: October 10th, 2026
Published: October 15th, 2026

Abstract: *Limited packaging knowledge can hinder the translation of brand concepts into usable designs. This community service programme aimed to strengthen packaging literacy and support packaging development among micro, small, and medium enterprises through participatory assistance at the Graphics Teaching Factory of Politeknik Negeri Jember. The programme involved 20 participants working with UD Sehat Sejahtera Bersama, Jember. Activities comprised needs identification, branding, informative labelling, material selection, and packaging prototyping. Evaluation used descriptive pre-test and post-test comparisons and documentation of design outputs. Mean scores increased from 53.00 to 88.00, a 35-point or 66.04% relative increase. New designs or labels were reported for 17 participants (85%); print-ready files and mock-ups or proofs were each reported for 16 participants (80%). These findings indicate knowledge gains and assisted application. However, output completion does not establish independently measured packaging quality, participant autonomy, or market impact. Further assessment requires paired quality evidence and follow-up evaluation.*

Keywords: *Branding; Community Empowerment; Packaging Literacy; Packaging Prototyping; Teaching Factory.*

Abstrak

Keterbatasan pengetahuan kemasan dapat menghambat penerjemahan konsep merek menjadi desain aplikatif. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan literasi dan mendukung pengembangan kemasan usaha mikro, kecil, dan menengah melalui pendampingan partisipatif di Teaching Factory Grafika Politeknik Negeri Jember. Program melibatkan 20 peserta

bersama UD Sehat Sejahtera Bersama, Jember. Kegiatan mencakup identifikasi kebutuhan, pengembangan merek, pelabelan informatif, pemilihan bahan, dan pembuatan prototipe kemasan. Evaluasi dilakukan melalui perbandingan deskriptif prates dan pascates serta dokumentasi luaran desain. Nilai rata-rata meningkat dari 53,00 menjadi 88,00, atau 35 poin dengan peningkatan relatif 66,04%. Desain atau label baru dilaporkan pada 17 peserta (85%); berkas siap cetak serta maket atau contoh cetak masing-masing pada 16 peserta (80%). Temuan menunjukkan peningkatan pengetahuan dan penerapan melalui pendampingan. Namun, penyelesaian luaran belum membuktikan mutu kemasan yang diukur secara independen, kemandirian peserta, atau dampak pasar. Penilaian lanjutan memerlukan bukti mutu sebelum–sesudah yang berpasangan dan evaluasi tindak lanjut.

Kata Kunci: Pencitraan Merek; Pemberdayaan Masyarakat; Literasi Kemasan; Prototipe Kemasan; Teaching Factory.

PENDAHULUAN

Pengembangan produk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tidak hanya berkaitan dengan mutu produk, tetapi juga dengan kemampuan menyampaikan identitas dan informasi kepada konsumen. Kemasan menjadi bagian penting dari proses tersebut karena menggabungkan fungsi perlindungan, penyampaian informasi, serta komunikasi pemasaran. Kajian atribut kemasan dan keputusan pembelian menunjukkan relevansi elemen visual maupun informatif dalam evaluasi konsumen [1], [2], [3], [4]. Karena itu, penguatan kemampuan pelaku usaha dalam mengembangkan kemasan perlu mencakup pertimbangan desain dan penerapannya, bukan sekadar penggantian tampilan.

Pada produk pangan, pengembangan kemasan melibatkan identitas merek, keterbacaan label, tata letak, pemilihan material, kualitas hasil cetak, dan kesiapan rancangan untuk diwujudkan. Artikel [5], [6] membahas hubungan desain dengan persepsi produk dan impresi merek. Relevansi material dan grafis dalam evaluasi konsumen menguraikan pengembangan kemasan dari konsep menuju penerapan. Literatur tersebut menjadi dasar untuk menempatkan kualitas visual, informatif, dan kesiapan desain sebagai aspek yang saling berkaitan dalam pengembangan kemasan [7], [8].

Dalam kegiatan ini, literasi kemasan dipahami sebagai kemampuan memahami fungsi kemasan dan menerjemahkannya ke dalam keputusan mengenai branding, informasi label, material, tata letak, dan hasil cetak. Kebutuhan menghubungkan pemahaman dengan praktik juga relevan dengan kajian pengembangan kemasan pada produk susu kedelai madu dan kemasan roti SIP [9], [10]. Kegiatan ini melengkapi konteks pengembangan produk tersebut dengan menelaah perubahan pengetahuan dan penyelesaian luaran pada peserta pendampingan.

Identifikasi awal pada UD Sehat Sejahtera Bersama di Kabupaten Jember mencatat kendala pada branding, desain kemasan, informasi label, kualitas cetak, media promosi visual, serta pemahaman material. Persoalan utamanya adalah belum terhubungnya pengetahuan mengenai kemasan dengan kemampuan menyiapkan rancangan yang dapat diterapkan. Untuk menjawab kebutuhan tersebut, Teaching Factory (TeFa) Grafika Politeknik Negeri Jember dimanfaatkan sebagai lingkungan pendampingan desain dan prototyping.

Pendampingan menempatkan peserta sebagai pihak yang terlibat dalam identifikasi kebutuhan, penilaian alternatif, dan penerapan desain. Kegiatan pengabdian sebelumnya mengenai penguatan kompetensi usaha dan pemanfaatan material memberikan konteks bagi pendekatan

berbasis praktik [10], [11], [12], [13]. Penelitian identitas merek pada produk Teaching Factory juga menempatkan hubungan identitas produk dan orientasi pasar sebagai pertimbangan penting dalam pengembangan kemasan [14], [15].

Kegiatan ini bertujuan memberdayakan mitra UMKM melalui pendampingan branding dan prototyping untuk meningkatkan literasi serta mendukung kualitas kemasan produk. Kontribusi laporan terletak pada penyajian dua jenis capaian secara terpisah: perubahan skor pengetahuan dan penyelesaian luaran desain. Kualitas kemasan dibahas secara deskriptif pada aspek visual, informatif, dan kesiapan teknis, tanpa menyamakannya dengan hasil uji material, penerimaan pasar, atau kemandirian usaha.

METODE

Konteks kegiatan dan cakupan evaluasi

Kegiatan dilaksanakan bersama UD Sehat Sejahtera Bersama, Kabupaten Jember, dengan menggunakan TeFa Grafika Politeknik Negeri Jember sebagai lingkungan pembelajaran dan praktik pengembangan kemasan. Pendekatan partisipatif dan aplikatif digunakan untuk melibatkan peserta dalam identifikasi masalah, penilaian identitas visual, penataan label, pemilihan material, serta pembuatan dan evaluasi prototipe.

Evaluasi yang dilaporkan mencakup 20 peserta. Peserta menjadi satuan penghitungan capaian pengetahuan dan kepemilikan luaran; jumlah tersebut tidak ditafsirkan sebagai jumlah UMKM, produk, atau desain unik. Literasi kemasan mencakup lima komponen: branding dan identitas visual, fungsi dan desain kemasan, label informatif, pemilihan material dan kualitas cetak, serta prototyping. Kualitas kemasan dibatasi pada aspek visual, informatif, dan kesiapan teknis desain. Evaluasi tidak mencakup sifat mekanis, kemampuan penghalang material, keamanan pangan, ataupun mutu produk selama penyimpanan.

Identifikasi kebutuhan dan kondisi awal

Kondisi awal ditelaah melalui observasi produk dan kemasan, wawancara kebutuhan mitra, serta peninjauan branding, informasi label, media promosi, dan material. Informasi tersebut digunakan untuk menentukan materi dan bentuk pendampingan. Pre-test diberikan sebagai pengukuran awal pemahaman peserta mengenai kemasan dan proses pengembangannya.

Pendampingan branding dan label informatif

Pendampingan branding membahas hubungan nama produk, logo, warna, tipografi, karakter visual, sasaran konsumen, dan konsistensi identitas merek. Peserta dilibatkan dalam membandingkan dan meninjau alternatif tampilan, bukan hanya menerima desain yang telah selesai. Pembahasan identitas sebagai sistem visual merujuk pada [6], [16] dan kajian desain kemasan secara menyeluruh.

Pendampingan label berfokus pada penataan nama produk, komposisi, berat bersih, tanggal produksi dan kedaluwarsa, cara penyimpanan, kontak produsen, serta informasi relevan lainnya. Peninjauan diarahkan pada hierarki informasi, ukuran dan penempatan tulisan, keterbacaan, serta konsistensi elemen visual. Peran kemasan dalam komunikasi dan perhatian konsumen terhadap label menjadi rujukan konseptual [8], [17], [18]. Penelaahan ini dibatasi pada penyusunan informasi dan keterbacaan, bukan penetapan kepatuhan regulasi.

Pengembangan desain dan prototyping

Peserta didampingi dalam penyusunan tata letak atau dieline, penentuan ukuran label, pemilihan warna dan tipografi, komposisi grafis, serta material. Rancangan digital kemudian diwujudkan menjadi proof atau mock-up. Proof digunakan untuk menelaah contoh hasil cetak,

sedangkan mock-up membantu penelaahan bentuk, ukuran, proporsi, dan penempatan elemen kemasan. Keduanya dibahas sebagai sarana evaluasi rancangan sebelum produksi lebih lanjut [7], [8], [9].

Peninjauan prototipe mencakup hubungan antara rancangan digital dan bentuk fisik, keterbacaan informasi, proporsi, serta konsistensi visual. Ketidaksesuaian yang teridentifikasi menjadi bahan perbaikan desain. Dengan demikian, prototyping menghubungkan proses memahami, menerapkan, menilai, dan memperbaiki rancangan melalui praktik langsung.

Pengolahan data dan penilaian luaran

Analisis dilakukan secara deskriptif menggunakan rerata skor pre-test dan post-test serta rekap kepemilikan luaran. Perubahan skor dihitung sebagai selisih rerata post-test dan pre-test. Peningkatan relatif dihitung terhadap rerata pre-test, sedangkan proporsi capaian dihitung dari jumlah peserta yang tercatat memiliki luaran dibagi 20. Perhitungan yang digunakan adalah:

$$P = ((Xpost - Xpre) / Xpre) \times 100\% \quad (1)$$

$$Cj = (nj / N) \times 100\% \quad (2)$$

Pada persamaan (1), P merupakan peningkatan relatif rerata skor, Xpre adalah rerata pre-test, dan Xpost adalah rerata post-test. Pada persamaan (2), Cj merupakan persentase capaian luaran j, nj jumlah peserta yang memiliki luaran tersebut, dan N = 20. Peningkatan relatif rerata tidak disamakan dengan rerata persentase peningkatan individual. Ambang peningkatan minimal 30% yang dicantumkan dalam rekap digunakan sebagai target program, bukan sebagai batas signifikansi statistik.

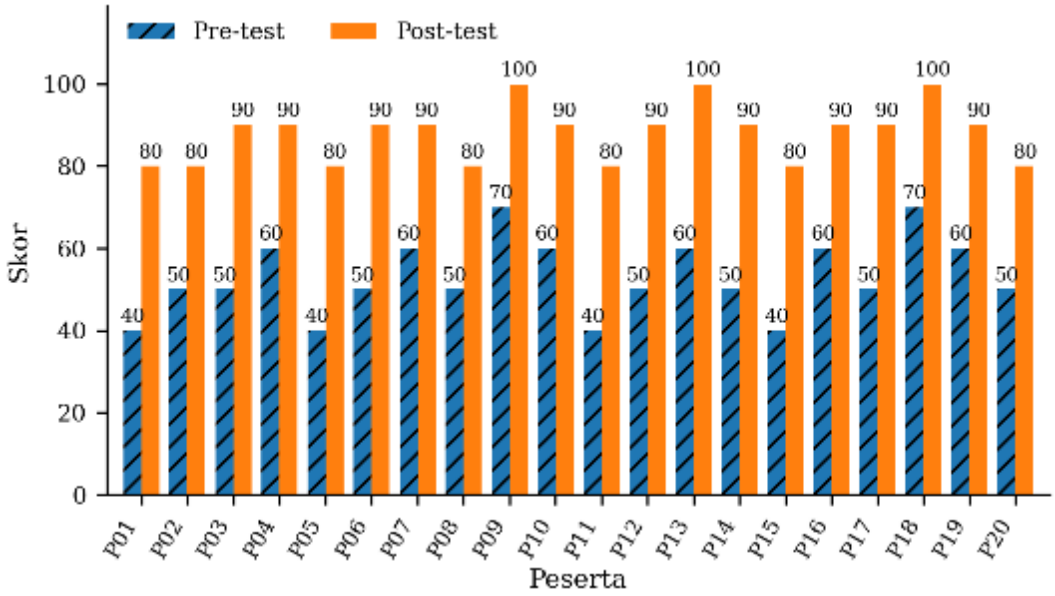
Luaran aplikatif dikelompokkan menjadi desain atau label baru, file desain siap cetak, dan mock-up/proof. Istilah file siap cetak mengikuti kategori yang digunakan dalam rekap kegiatan; laporan belum memuat audit praproduksi dengan kriteria teknis terukur untuk setiap file. Ketiga kategori dinilai terpisah. Rekap yang tersedia tidak digunakan untuk menyimpulkan bahwa peserta pada setiap kategori adalah orang yang sama atau bahwa setiap peserta menghasilkan satu desain unik.

Penilaian kualitas dilakukan secara deskriptif berdasarkan uraian kegiatan dan contoh visual. Rekap capaian dibedakan dari bukti peningkatan mutu: keberadaan desain, file, atau prototipe menunjukkan penyelesaian luaran, tetapi tidak dengan sendirinya mengukur perubahan keterbacaan, kelengkapan informasi, atau kualitas material. Hasil disajikan sebagai temuan deskriptif; evaluasi tidak menetapkan signifikansi statistik atau skor peningkatan kualitas kemasan.

HASIL

Perubahan pengetahuan peserta

Rekap evaluasi menunjukkan rerata *pre-test* sebesar 53,00 dan *post-test* sebesar 88,00. Selisihnya adalah 35 poin, dengan peningkatan relatif 66,04% berdasarkan persamaan (1). Dengan demikian, peningkatan rerata melampaui target program sebesar 30%. Rekap kegiatan juga mencatat peningkatan individual sekurang-kurangnya 30% pada 20 peserta. Distribusi skor yang disajikan dalam rekap ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Skor pre-test dan post-test 20 peserta.

Hasil tersebut menunjukkan adanya perubahan skor setelah pendampingan. Namun, skor agregat tidak menjelaskan perubahan setiap komponen literasi secara terpisah. Peningkatan ini juga tidak ditafsirkan sebagai bukti kausal bahwa pendampingan merupakan satu-satunya penyebab perubahan, karena laporan tidak menyajikan kelompok pembanding maupun pengukuran tindak lanjut.

Literatur kemasan memberikan konteks bagi materi yang dipelajari. Menurut [1] membahas atribut kemasan, sedangkan [5], [6] mengaitkan tampilan dengan persepsi produk dan impresi merek. Kesesuaian materi dengan literatur tersebut menjelaskan relevansi penguatan pemahaman tentang desain dan informasi. Namun, penilaian persepsi atau pembelian konsumen berada di luar cakupan evaluasi kegiatan ini.

Branding dan label sebagai materi penerapan

Proses pendampingan yang dilaporkan mencakup peninjauan warna, tata letak, identitas produk, dan alternatif tampilan visual. Peserta dilibatkan dalam menelaah rancangan sebagai bagian dari pembelajaran partisipatif. Gambar 2 Peninjauan desain yang tersedia dalam materi naskah.



Gambar 2. (a) dan (b) Peninjauan desain label dan kemasan

Pada pendampingan *branding*, pembahasan tidak dibatasi pada pembuatan logo, tetapi mencakup konsistensi hubungan antarelemen visual. Perspektif tersebut sejalan dengan [6], [16]. Kajian produk *Teaching Factory* juga memberikan konteks tentang identitas merek dan

penerimaan pasar [14], [15]. Meskipun demikian, kegiatan ini tidak mengukur loyalitas atau penerimaan pasar sehingga temuan studi tersebut digunakan sebagai pembanding konseptual, bukan sebagai hasil yang turut dicapai peserta.

Pada aspek label, peserta diarahkan untuk menelaah posisi informasi, ukuran tulisan, dan keterkaitan informasi dengan karakter produk. Menurut [17] membahas peran tampilan kemasan dalam perhatian konsumen, sedangkan [18] secara khusus meneliti pemahaman label serta perhatian terhadap klaim pada produk daging ayam. Literatur ini mendukung pentingnya informasi dan keterbacaan, tetapi temuan pada kategori produk tersebut tidak langsung digeneralisasi pada semua produk mitra.

PEMBAHASAN

Capaian prototyping dan bukti kualitas kemasan

Rekap luaran menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah memiliki hasil yang dapat ditindaklanjuti setelah pendampingan. Tabel 1 menyajikan capaian masing-masing kategori menggunakan peserta sebagai penyebut. Angka tersebut menggambarkan kepemilikan luaran yang tercatat.

Tabel 1. Rekap kepemilikan luaran pada akhir pendampingan (N = 20 peserta).

Kategori luaran	Peserta tercatat	Persentase	Makna capaian
Desain atau label baru	17	85%	Rancangan baru tercatat.
File desain siap cetak	16	80%	Mengikuti kategori rekap.
Mock-up/proof	16	80%	Contoh bentuk atau hasil cetak tercatat

Sumber : Rekap luaran dalam naskah kegiatan, 2026.

Perbedaan persentase capaian memperlihatkan bahwa peningkatan pengetahuan belum disertai penyelesaian seluruh kategori luaran oleh semua peserta. Rekap tidak menjelaskan hubungan antaridentitas peserta pada setiap kategori maupun alasan luaran tertentu belum tersedia. Oleh karena itu, perbedaan tersebut tidak digunakan untuk menyimpulkan urutan keberhasilan individual, kecepatan belajar, ataupun penyebab ketidakselesaian luaran.

Gambar 3 memperlihatkan contoh desain label dan kemasan produk pangan olahan serta kopi. Gambar tersebut membantu menunjukkan bentuk rancangan yang dibahas. Ukuran penyajian juga memungkinkan seluruh informasi label diperiksa. Gambar digunakan sebagai bukti bahwa semua kemasan telah lengkap, memenuhi regulasi, atau lolos pengujian teknis.



Gambar 3. Contoh desain label dan kemasan: (a) produk pangan olahan dan (b) kopi.

Hubungan antara persoalan awal, hasil yang dilaporkan, dan batas bukti dirangkum pada Tabel 2. Matriks ini memisahkan kegiatan pengembangan kemasan dari pengukuran mutu. Ketersediaan luaran dan bukti mutu dibedakan agar makna perubahan yang dilaporkan tetap proporsional.

Tabel 2. Hubungan persoalan awal, hasil pengembangan, dan batas bukti kualitas.

Aspek	**Kondisi awal yang dilaporkan**	**Hasil/bukti yang tersedia**	**Batas interpretasi**
Identitas visual	Kendala *branding*, desain, dan media promosi.	Peninjauan warna/tata letak serta rekap desain atau label baru.	Tidak tersedia skor konsistensi sebelum–sesudah.
Informasi label	Kendala kelengkapan dan penataan informasi.	Pendampingan struktur label dan contoh visual kemasan.	Belum ada audit kelengkapan per produk atau uji keterbacaan pengguna.
Material dan hasil cetak	Keterbatasan pemahaman material dan kualitas cetak.	Uraian pemilihan material serta penelaahan *proof*/*mock-up*.	Tidak ada hasil uji mekanis, penghalang, keamanan, atau mutu cetak terukur.
Kesiapan penerapan	Pengetahuan belum terhubung dengan rancangan yang dapat diterapkan.	File siap cetak dan *mock-up/proof* masing-masing tercatat pada 16 peserta.	Penyelesaian luaran tidak membuktikan kelayakan produksi komersial atau kemandirian.

Matriks merupakan sintesis deskriptif dari informasi yang dilaporkan dan hasil pengukuran atau penskoran kualitas tambahan. Menurut [8] menempatkan pengembangan kemasan dalam hubungan antara konsep desain, identitas produk, dan penerapannya. Sedangkan [7] menunjukkan bahwa material dan grafis turut berkaitan dengan evaluasi konsumen. Dalam kegiatan ini, *proof* dan *mock-up* berperan sebagai sarana penelaahan rancangan. Akan tetapi, tanpa rubrik penilaian berpasangan dan pemeriksaan teknis yang terdokumentasi, kontribusi *prototyping* lebih tepat dinyatakan sebagai dukungan terhadap kesiapan pengembangan kemasan, bukan peningkatan mutu yang telah terukur secara menyeluruh.

Refleksi pemberdayaan dan perubahan kapasitas

Capaian pengetahuan dan capaian luaran perlu dibedakan. Perubahan skor menggambarkan hasil evaluasi kognitif, sedangkan keberadaan desain, file, dan prototipe menggambarkan hasil penerapan dengan pendampingan. Kedua indikator saling melengkapi, tetapi tidak membuktikan bahwa peserta sudah mampu melakukan pengembangan kemasan secara mandiri. Penyelesaian artefak juga tidak mengukur waktu yang diperlukan untuk memperoleh kemampuan tersebut.

Dalam laporan kegiatan, peserta digambarkan mampu menerapkan materi dengan arahan tim. Oleh karena itu, hasil lebih tepat dipahami sebagai penguatan kapasitas awal dan penerapan terbimbing. Penetapan tingkat keberdayaan secara numerik memerlukan rubrik yang menjelaskan indikator dan batas antartingkat. Perubahan sosial berskala komunitas, penurunan ketergantungan terhadap pendamping, dan keberlanjutan perilaku usaha belum dapat disimpulkan dari evaluasi akhir kegiatan.

Sebagai refleksi konseptual, proses pendampingan dapat dibaca sebagai hubungan antara identifikasi masalah, pembelajaran, peninjauan desain, *prototyping*, dan evaluasi. Pengalaman pengabdian mengenai edukasi usaha dan pemanfaatan material memperlihatkan relevansi integrasi pengetahuan dengan praktik [10], [12], [13]. Namun, konteks dan sasaran kegiatan tersebut berbeda. Alur dalam laporan ini merupakan kerangka refleksi pelaksanaan, bukan teori baru atau model pemberdayaan yang sudah diuji secara independen.

Keterbatasan dan tindak lanjut

Evaluasi ini memiliki beberapa keterbatasan. Rincian karakteristik dan pemilihan peserta, instrumen pengukuran, serta prosedur penskoran belum disajikan secara lengkap. Data agregat tidak cukup untuk menilai perubahan setiap komponen literasi, kesetaraan pengukuran, atau besar variasi perubahan individual. Grafik skor tidak menggantikan lembar jawaban dan rekap primer.

Bukti kualitas kemasan terbatas pada uraian proses, rekap luaran, dan contoh visual. Tidak tersedia penilaian mutu sebelum–sesudah yang berpasangan, rincian pemeriksa file siap cetak, atau uji konsumen yang dapat mendukung klaim peningkatan kualitas terukur. Laporan juga tidak menyajikan pemantauan setelah program, kelompok pembanding, maupun data penjualan. Karena itu, hasil dibatasi pada perubahan skor dan penyelesaian luaran yang dilaporkan.

Tindak lanjut perlu memprioritaskan penelusuran luaran ke peserta dan produk, penilaian desain awal serta revisi menggunakan rubrik yang sama, verifikasi file praproduksi, dan dokumentasi *proof* atau *mock-up*. Pemantauan berikutnya dapat menilai kemampuan peserta merevisi desain, memperbarui label, dan menerapkan kemasan pada produksi tanpa bantuan langsung. Evaluasi berkelanjutan diperlukan untuk menilai apakah kemampuan yang diperoleh dipertahankan dan diterapkan pada produk aktual.

KESIMPULAN

Pendampingan *branding* dan *prototyping* kemasan bersama UD Sehat Sejahtera Bersama menunjukkan peningkatan skor pengetahuan pada 20 peserta. Rerata *pre-test* 53,00 meningkat menjadi 88,00, setara dengan kenaikan 35 poin atau 66,04%. Desain atau label baru tercatat pada 17 peserta (85%), sedangkan file siap cetak dan *mock-up/proof* masing-masing tercatat pada 16 peserta (80%). Capaian tersebut menunjukkan perubahan pengetahuan dan penerapan terbimbing, bukan bukti kemandirian atau peningkatan kualitas kemasan yang telah diukur secara menyeluruh.

Secara konseptual, literasi kemasan menghubungkan pemahaman identitas merek, informasi label, material, dan desain dengan kemampuan menghasilkan rancangan yang dapat ditelaah. *Prototyping* berperan sebagai sarana penerapan dan evaluasi, sehingga capaian pengetahuan perlu dibaca bersama capaian luaran. Perbedaan persentase keduanya menunjukkan bahwa penyelesaian artefak belum merata, bukan bahwa kecepatan pembelajaran telah terukur. Temuan belum mendukung klaim perubahan sosial yang luas atau dampak pasar.

Program lanjutan direkomendasikan untuk memperkuat kemampuan revisi desain dan pengelolaan label secara mandiri, melengkapi dokumentasi instrumen serta luaran, dan melakukan penilaian kualitas sebelum–sesudah dengan kriteria yang sama. Verifikasi praproduksi, penilaian keterbacaan oleh pengguna, dan pemantauan penerapan kemasan pada produk aktual diperlukan untuk menilai keberlanjutan pemberdayaan serta membuktikan perubahan kualitas kemasan secara lebih kuat.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan terima kasih kepada *Teaching Factory* Grafika Politeknik Negeri Jember atas dukungan pelaksanaan kegiatan, serta kepada UD Sehat Sejahtera Bersama sebagai mitra utama. Apresiasi disampaikan kepada tim pengabdian, mahasiswa pendamping, dan peserta yang terlibat dalam identifikasi kebutuhan, pendampingan *branding*, pengembangan desain, peninjauan label, pemilihan material, dan *prototyping* kemasan.

Ringkasan data yang mendukung pembahasan disajikan dalam grafik dan tabel artikel. Lembar jawaban individual, instrumen lengkap, file desain, serta rubrik penilaian kualitas tidak dilampirkan dalam artikel ini.

DAFTAR REFERENSI

[1] P. Silayoi and M. Speece, "The importance of packaging attributes: A conjoint analysis approach," *Eur. J. Mark.*, vol. 41, no. 11/12, pp. 1495–1517, 2007, doi: 10.1108/03090560710821279.

[2] B. Rundh, "The multi-faceted dimension of packaging: Marketing logistic or marketing tool?," *Br. Food J.*, vol. 107, no. 9, pp. 670–684, 2005, doi: 10.1108/00070700510615053.

[3] H. Wang, M. A. A. Ab Gani, and C. Liu, "Impact of snack food packaging design characteristics on consumer purchase decisions," *SAGE Open*, vol. 13, no. 2, p. 21582440231167108, 2023, doi: 10.1177/21582440231167109.

[4] P. Kotler, K. L. Keller, and A. Chernev, *Marketing Management*, 16th ed. Harlow: Pearson, 2022.

[5] O. Ampuero and N. Vila, "Consumer perceptions of product packaging," *J. Consum. Mark.*, vol. 23, no. 2, pp. 100–112, 2006, doi: 10.1108/07363760610655032.

[6] U. R. Orth and K. Malkewitz, "Holistic package design and consumer brand impressions," *J. Mark.*, vol. 72, no. 3, pp. 64–81, 2008, doi: 10.1509/JMKG.72.3.064.

[7] N. D. Steenis, E. van Herpen, I. A. van der Lans, T. N. Ligthart, 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, 2017, doi: 10.1016/j.jclepro.2017.06.036.

[8] M. R. Klimchuk and S. A. Krasovec, *Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf*, 2nd ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2012.

[9] F. E. A. Pratama, S. Bachri, A. W. W. Atmajaya, D. K. Wardani, and P. Andini, "Peningkatan mutu kemasan produk roti SIP menggunakan metode Quality Function Deployment (QFD) untuk meningkatkan kepuasan konsumen (studi kasus pada Teaching Factory Bakery Politeknik Negeri Jember)," *J. Ilm. Inov.*, vol. 26, no. 1, pp. 178–188, 2026, doi: 10.25047/jii.v26i1.7029.

[10] N. D. Wahyono, D. Kurniawati, A. Harkat, M. E. Y. Putra, F. E. A. Pratama, and A. W. W. Atmajaya, "Pemberdayaan Sentra Industri Hasil Tembakau Jember melalui pemanfaatan limbah cerutu sebagai produk sampingan inovatif oleh CV. Dwipa Nusantara," *J-Dinamika J. Pengabdi. Masy.*, vol. 9, no. 3, pp. 538–547, 2024, doi: 10.25047/j-dinamika.v9i3.5529.

[11] S. Bachri, A. Harkat, F. E. A. Pratama, A. W. W. Atmajaya, and A. Adityo, "Perbaikan Mutu Kualitas dan Daya Saing Produk Pada Sisi Kemasan Susu Kedelai Madu di UD Sehat Sejahtera Jember," *J. Community Dev.*, vol. 5, no. 3, pp. 829–842, 2025.

[12] W. Dhamayanthi, R. P. YA, D. K. Wardani, and ..., "Pemanfaatan HDPE (High Density Polyethylene) Menjadi Produk Komersial Pada KWT Meuseuraya Sidoarjo," *Sejag. J. ...*,

2024, [Online]. Available: https://publikasi.polije.ac.id/sejagat/article/view/5143
[13] N. D. Wahyono, D. K. Wardani, A. Harkat, F. E. A. Pratama, and A. W. W. Atmajaya, "Peningkatan Kompetensi Pelaku Usaha Sentra Industri Hasil Tembakau Jember melalui Edukasi Digital Marketing," *J-Dinamika J. Pengabdi. Masy.*, vol. 10, no. 1, pp. 166–173, 2025.
[14] R. P. Y. Ambarkahi, F. E. A. Pratama, P. P. A. Nugraheni, P. S. Universitasari, and D. E. Putra, "From classroom to market: The role of brand identity and local cultural values in building customer loyalty for vocational teaching factory products," *Smart Soc. Community Serv. Empower. J.*, vol. 6, no. 1, pp. 1–12, 2026, doi: 10.58524/smartsociety.v6i1.1119.
[15] R. P. Y. Ambarkahi, F. E. A. Pratama, P. S. Universitasari, and P. P. A. Nugraheni, "Embedding local culture in digital branding: A PLS-SEM study of Teaching Factory competitiveness in Indonesia," *J. Supply Chain Entrep.*, vol. 1, no. 3, pp. 151–163, 2025, doi: 10.64268/josce.v1i3.95.
[16] A. Wheeler, *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*, 5th ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2017.
[17] R. L. Underwood, N. M. Klein, and R. R. Burke, "Packaging communication: Attentional effects of product imagery," *J. Prod. Brand Manag.*, vol. 10, no. 7, pp. 403–422, 2001, doi: 10.1108/10610420110410531.
[18] S. S. Samant and H.-S. Seo, "Effects of label understanding level on consumers' visual attention toward sustainability and process-related label claims found on chicken meat products," *Food Qual. Prefer.*, vol. 50, pp. 48–56, 2016, doi: 10.1016/j.foodqual.2016.01.002.