



Pelatihan Desain Kemasan, Branding dan Literasi Keuangan Kelompok Tani Elok Mekar Sari

Packaging Design, Branding and Financial Literacy Training for Elok Mekar Sari Farmers Group

Yosef Richo Adrianto¹, Martinus Sony Erstiawan^{2*}, Darwin Yuwono Riyanto³

^{1,2,3} Universitas Dinamika Surabaya, Indonesia

Korespondensi penulis: martinus@dinamika.ac.id

Article History:

Received: Maret 18, 2025;

Revised: April 02, 2025;

Accepted: April 16, 2025;

Published: April 18, 2025;

Keywords:

Branding, Elok Mekar Sari Farmer Group, Financial Literacy, Practical Skills, Product Design.

Abstract: *The main objective of this service activity is to overcome the fundamental problems faced by the Elok Mekar Sari Farmer Group, namely unattractive product packaging design, weak brand identity (branding), and suboptimal financial literacy of members. The urgency of this activity is based on the urgent need to improve the competitiveness of their products in a competitive market, build a strong brand image to attract and maintain customer loyalty, and improve the efficiency of business management to ensure the economic sustainability of the farmer group in the long term. The method applied was interactive training and workshops with a participatory approach, actively involving members, with quantitative impact evaluation using Likert-scale pre-test and post-test questionnaires (N=15) on three focus areas (design, branding, finance). Evaluation results consistently concluded highly statistically significant and practical improvements in understanding, awareness, and perceived capabilities in all areas following the training. The most transformative and striking change was observed in the financial literacy aspect, which had previously been the group's weakest point. Overall, the training proved highly effective in equipping participants with essential practical knowledge and skills, providing a strong foundation for farmer groups to overcome business challenges and increase their sustainability potential going forward.*

Abstrak

Tujuan utama kegiatan pengabdian ini adalah mengatasi permasalahan fundamental yang dihadapi Kelompok Tani Elok Mekar Sari, yaitu desain kemasan produk yang kurang menarik, identitas merek (branding) yang lemah, serta literasi keuangan anggota yang belum optimal. Urgensi kegiatan ini didasari oleh kebutuhan mendesak untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang kompetitif, membangun citra merek yang kuat guna menarik dan mempertahankan loyalitas pelanggan, serta memperbaiki efisiensi pengelolaan usaha demi menjamin keberlanjutan ekonomi kelompok tani dalam jangka panjang. Metode yang diterapkan adalah pelatihan dan workshop interaktif dengan pendekatan partisipatif, yang melibatkan anggota secara aktif, dengan evaluasi dampak kuantitatif menggunakan kuesioner pre-test dan post-test (N=15) berskala Likert pada tiga area fokus (desain, branding, keuangan). Hasil evaluasi secara konsisten menyimpulkan adanya peningkatan pemahaman, kesadaran, dan persepsi kemampuan yang sangat signifikan secara statistik dan praktis di semua area setelah pelatihan. Perubahan paling transformatif dan mencolok teramati pada aspek literasi keuangan, yang sebelumnya menjadi titik terlemah kelompok. Secara keseluruhan, pelatihan ini terbukti sangat efektif membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan praktis esensial, memberikan fondasi kuat bagi kelompok tani untuk mengatasi tantangan usaha dan meningkatkan potensi keberlanjutan mereka ke depan.

Kata Kunci: Branding, Kelompok Tani Elok Mekar Sari, Literasi Keuangan, Keterampilan Praktis, Desain Produk.

1. PENDAHULUAN

Kelompok Tani Elok Mekar Sari memiliki potensi besar dalam menghasilkan produk berkualitas, yang mencakup berbagai komoditas seperti sayuran, buah-buahan, dan produk olahan pertanian lainnya. Namun, meskipun kualitas produk yang dihasilkan sudah memenuhi standar, mereka masih menghadapi sejumlah tantangan besar dalam memasarkan dan mengembangkan usaha mereka (Alma, 2011). Salah satu masalah utama yang menghambat keberhasilan pemasaran adalah desain kemasan produk yang kurang menarik dan inovatif. Desain kemasan yang tidak menarik dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama di pasar yang semakin kompetitif dan penuh dengan pilihan (Cenadi, 2000). Kemasan yang buruk atau tidak memiliki daya tarik visual yang cukup tidak hanya mempengaruhi penilaian konsumen terhadap produk, tetapi juga memberikan kesan bahwa produk tersebut kurang berkualitas (Diah Ernawati, 2018). Misalnya, desain label yang menggunakan warna yang kontras dan kurang estetis dapat menyebabkan produk terlihat tidak profesional, padahal produk tersebut sebenarnya memiliki kualitas yang sangat baik. Selain itu, keterbatasan dalam kreativitas desain dan inovasi dalam kemasan juga menghambat kemampuan kelompok tani untuk membedakan produk mereka dari produk pesaing (Ningsih & Putri, 2020).

Dalam konteks branding, masalah yang dihadapi oleh kelompok tani ini cukup signifikan. Branding merupakan elemen yang sangat penting dalam dunia bisnis, termasuk dalam sektor pertanian, karena dapat menjadi alat untuk menciptakan citra positif di mata konsumen (Sari, 2020). Namun, Kelompok Tani Elok Mekar Sari belum sepenuhnya memahami pentingnya branding sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka (Erstiawan MS, 2021). Mereka tidak memiliki identitas merek yang jelas, yang dapat membedakan produk mereka dengan produk serupa yang ada di pasar. Branding yang kuat dapat meningkatkan kesadaran konsumen, membangun loyalitas pelanggan, dan bahkan memungkinkan harga yang lebih tinggi karena produk dianggap lebih bernilai (Daldanise, 2020). Sayangnya, tanpa pemahaman yang baik tentang branding, produk yang mereka hasilkan cenderung tidak dikenali oleh pasar dan sulit untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak produk yang dipasarkan tanpa identitas merek yang jelas atau kemasan yang mendukung citra produk, yang menyebabkan produk mereka tidak mampu bersaing dengan produk-produk lain yang lebih dikenal. Dalam hal ini, penting bagi kelompok tani untuk mengembangkan strategi branding yang jelas, mulai dari pemilihan nama merek, logo, dan *tagline*, hingga pengembangan citra visual yang konsisten di seluruh produk mereka (Dita Amanah, 2021; Purnamawati Fathor AS, 2019).

Selain masalah desain produk dan branding, pengelolaan keuangan yang belum optimal juga menjadi tantangan besar bagi Kelompok Tani Elok Mekar Sari. Banyak anggota kelompok tani yang masih belum memiliki pengetahuan yang memadai mengenai literasi keuangan, yang mengarah pada kesulitan dalam mengelola anggaran, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta melakukan perencanaan dan pencatatan keuangan yang tepat (M. Erstiawan, 2022). Tanpa pemahaman yang kuat tentang keuangan, kelompok tani sering kali kesulitan dalam mengambil keputusan yang tepat terkait dengan investasi, pengelolaan pendapatan, serta pengeluaran yang tidak terkendali (M. S. Erstiawan, 2020). Ketidamampuan dalam mengelola keuangan ini dapat menyebabkan masalah seperti kesulitan membayar biaya operasional (M. S. Erstiawan, Yuwono Riyanto, et al., 2024), tidak ada dana cadangan untuk kebutuhan mendesak, atau bahkan gagal memahami apakah usaha yang dijalankan menguntungkan atau tidak (Ayu Fina Karimatussofiah, 2018). Padahal, literasi keuangan yang baik dapat membantu mereka membuat keputusan yang lebih bijaksana, merencanakan anggaran secara efisien, serta meningkatkan profitabilitas usaha mereka (M. S. Erstiawan & Wangi, 2023). Salah satu faktor yang membuat pengelolaan keuangan sulit adalah kurangnya pemahaman tentang cara membuat laporan keuangan yang sederhana dan efektif (Fania Putri et al., 2022), serta bagaimana mengelola aliran kas agar usaha dapat berjalan dengan lancar (Suranti, 2016).

Untuk itu, ketiga aspek ini desain produk, branding, dan literasi keuangan merupakan elemen yang sangat penting dan saling terkait dalam mengembangkan usaha kelompok tani ini. Desain kemasan yang menarik dan fungsional akan memperbaiki citra produk mereka di mata konsumen (Wicaksono et al., 2023), sedangkan branding yang baik dapat membantu menciptakan identitas yang kuat, membedakan produk mereka dari pesaing, dan membangun loyalitas pelanggan. Di sisi lain, literasi keuangan yang baik akan memberi mereka keterampilan untuk mengelola keuangan dengan lebih efisien dan efektif, serta mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat, yang pada akhirnya akan meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka (Septiani, 2020). Oleh karena itu, kelompok tani ini memerlukan pelatihan yang menyeluruh dalam ketiga bidang ini untuk membantu mereka mengatasi tantangan yang ada dan mencapai potensi maksimal mereka.

Pelatihan dalam desain produk dapat membantu anggota kelompok tani memahami cara merancang kemasan yang menarik, fungsional, dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Pelatihan branding akan membekali mereka dengan pengetahuan tentang cara membangun dan mengelola citra merek yang kuat, serta pentingnya diferensiasi produk di pasar. Sementara itu, pelatihan literasi keuangan akan memberikan pengetahuan tentang cara

mengelola arus kas, membuat perencanaan keuangan, serta melakukan pencatatan keuangan yang tepat, yang semuanya akan meningkatkan efisiensi operasional dan profitabilitas usaha. Dengan adanya pelatihan tersebut, diharapkan Kelompok Tani Elok Mekar Sari dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi, meningkatkan kualitas dan daya saing produk mereka, serta mengelola usaha secara lebih profesional dan berkelanjutan. Berdasarkan latar belakang yang ada, masalah utama yang dihadapi oleh Kelompok Tani Elok Mekar Sari yaitu pertama, bagaimana meningkatkan daya tarik produk melalui desain kemasan yang menarik dan fungsional, sehingga dapat memperpanjang umur simpan produk dan meningkatkan daya saing di pasar. Kedua, langkah yang perlu diambil untuk membangun branding yang kuat, sehingga produk kelompok tani dapat dikenal oleh pasar dan menciptakan loyalitas pelanggan. Ketiga, cara meningkatkan pemahaman tentang literasi keuangan, agar kelompok tani dapat mengelola keuangan dengan lebih efektif dan efisien untuk mencapai tujuan usaha yang berkelanjutan.

Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pelatihan kepada anggota Kelompok Tani Elok Mekar Sari dalam tiga aspek utama, yaitu desain kemasan, branding, dan literasi keuangan. Secara spesifik, tujuan kegiatan ini dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam merancang desain kemasan produk yang menarik, aman, dan sesuai dengan kebutuhan pasar, serta dapat memperpanjang umur simpan produk. Memberikan pengetahuan tentang pentingnya branding dalam membangun identitas produk yang kuat dan membedakan produk dari pesaing, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperluas jangkauan pasar. Menyediakan pelatihan literasi keuangan yang komprehensif, agar kelompok tani dapat mengelola keuangan dengan lebih efisien, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta melakukan perencanaan dan pencatatan keuangan yang tepat.

State of the art pengabdian masyarakat ini yaitu lebih focus pada pelatihan desain kemasan, branding dan literasi keuangan bagi Kelompok Tani Elok Mekar Sari dengan mengadopsi pada pendekatan terkini yang mengintegrasikan inovasi desain, pemasaran digital serta teknologi pengelolaan keuangan. Dari dasar ini kelompok tani dapat meningkatkan daya saing setiap produk dan mengelola usaha dengan lebih efisien dan mencapai keberlanjutan ekonomi dalam jangka Panjang.

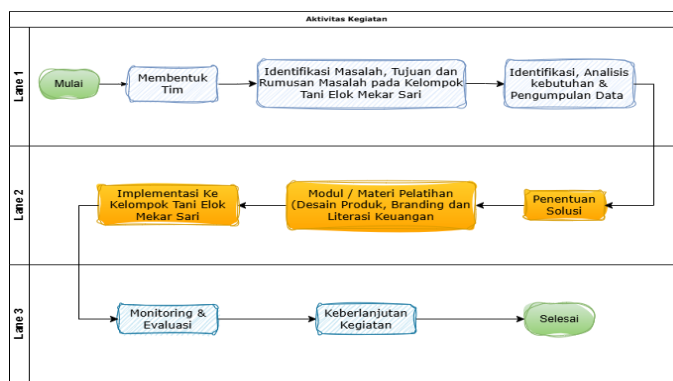
Urgensi kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan mengingat banyaknya tantangan yang dihadapi oleh Kelompok Tani Elok Mekar Sari, yang tidak hanya terkait dengan produksi, tetapi juga dengan pengelolaan usaha secara keseluruhan. Peningkatan desain kemasan dan branding yang kurang diperhatikan selama ini dapat menjadi faktor

penentu untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan anggota kelompok tani. Selain itu, literasi keuangan yang masih terbatas menghambat mereka dalam mengambil keputusan yang tepat terkait pengelolaan anggaran dan pemanfaatan dana usaha. Dengan memberikan pelatihan yang tepat, kelompok tani akan memperoleh keterampilan yang sangat berguna untuk memperbaiki pengelolaan produk dan keuangan, serta meningkatkan keberlanjutan usaha mereka di masa depan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menjadi urgensi yang tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat tani secara berkelanjutan.

2. METODE

Penerapan kegiatan pelatihan pada kelompok tani Elok Mekar Sari terbagi menjadi tiga *line* (bagian) untuk merealisasikan seluruh kegiatan hingga akhir yang bertujuan untuk mengikuti proses, langkah kerja serta fokus pada mengurai permasalahan kelompok tani. Tujuan dari tahapan dalam diagram ini untuk memberikan panduan secara terstruktur dalam pelaksanaan pelatihan yang meliputi desain kemasan, branding dan literasi keuangan pada Kelompok Tani Elok Mekar Sari. Tujuannya adalah meningkatkan kemampuan kelompok tani dalam menghasilkan produk yang berdaya saing, memiliki merek yang unggul dan kuat serta dapat mengelola keuangan secara efektif dan efisien. Urgensi dari kegiatan ini untuk meningkatkan kemampuan kelompok tani dimana tantangan yang dihadapi pada pemasaran produk, pengemasan yang kurang dan pengelolaan keuangan yang belum maksimal sehingga kegiatan ini dapat membantu mengurai masalah dan menghasilkan produk yang berkualitas serta berdaya saing.

Pada diagram tahapan kegiatan pelatihan dan seminar terurai serta terbagi menjadi beberapa bagian diantaranya tahap persiapan dan perencanaan pada line 1, tahap 2 yaitu tahap implementasi yang terurai pada line 2 dan tahap 3 yang terurai pada line 3 yang mana tahap ini dilakukan monitoring dan evaluasi serta keberlanjutan kegiatan mendatang.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

Berikut uraian tahapan kegiatan dibawah ini :

a. Line 1 = Tahap persiapan dan perencanaan

Tahap ini adalah tahap permulaan yang mana dimulai dari pembentukan tim menjadi titik awal seluruh rangkaian kegiatan pelatihan. Urgensi pada kegiatan awal ini sebagai titik awal (Start) yang jelas dan menandakan kegiatan ini siap dilaksanakan sesuai dengan kompetensi masing-masing personal tutor pada tim.

- 1) Pembentukan tim, bertujuan untuk bertanggungjawab atas keberhasilan pada kegiatan ini. Urgensi pada pembentukan tim ini yaitu untuk melakukan koordinasi, memastikan dan menentukan tahapan kegiatan berjalan dengan lancar dan sesuai rencana.
- 2) Identifikasi masalah, tujuan dan rumusan masalah pada kelompok tani, bertujuan untuk melakukan identifikasi masalah yang konkret yang dihadapi oleh kelompok tani, merumuskan tujuan pelatihan, membatasi masalah yang nantinya dipecahkan.
 - a) Identifikasi masalah, kegiatan ini dilakukan sebagai upaya mencari dan menggali informasi dengan teknik wawancara secara mendalam terkait dengan desain produk, branding dan literasi keuangan. Identifikasi yang dihasilkan terdapat berbagai kendala yang dihadapi oleh kelompok tani elok mekar sari diantaranya desain kemasan terutama label yang dimiliki kurang menarik disebabkan karena warna yang digunakan kontras dengan produk, serta keterbatasan dalam desain dan inovasi kemasan produk dan label. Selanjutnya kurangnya pengetahuan tentang branding sehingga produk yang dimiliki tidak memperhatikan pentingnya branding untuk membangun citra dan reputasi brand yang dimiliki. Sementara itu identifikasi yang diperoleh terkait dengan keuangan dimana kurangnya literasi keuangan sehingga dalam menentukan tingkat profitabilitas usaha tidak sesuai yang diharapkan.

- b) Tujuan pelatihan, melakukan upaya mengatasi dan mengurai kendala yang sedang dihadapi oleh kelompok tani elok mekar sari terkait dengan desain produk, branding dan literasi keuangan. Selanjutnya memberikan pengetahuan dan keterampilan tentang desain produk khususnya label produk yang menarik bagi konsumen dan dapat bersaing dipasar serta dapat menciptakan fungsional dan memiliki estetika yang menarik. Pada branding mengajarkan bagaimana membangun citra merek yang kuat dan konsisten agar dikenal dipasar yang dapat menciptakan loyalitas pelanggan dan menciptakan diferensiasi produk. Pada literasi keuangan tujuan dilakukan pelatihan ini yaitu untuk memberikan pemahaman secara mendalam tentang pengelolaan anggaran, pencatatan keuangan dan penggunaan keuangan secara efisien.
- c) Rumusan Masalah,
- Desain Produk. Peran kelompok elok mekar sari mengembangkan desain yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan pasar, dan tantangan yang dihadapi saat ini menciptakan desain produk yang fungsional dan memiliki estetika.
 - Branding. Membangun identitas merek (branding) yang kuat dan langkah yang diperlukan membangun dan mempertahankan branding yang terus dikenal oleh konsumen.
 - Literasi Keuangan. Meningkatkan pemahaman tentang keterampilan mengelola keuangan, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, melakukan pencatatan yang konsisten sehingga mengetahui tingkat efisiensi usaha.
- 3) Analisis Kebutuhan dan Pengumpulan Data
- a) Analisa Kebutuhan,
- Kebutuhan pelatihan desain produk dimana masing-masing anggota kelompok tani dapat memahami desain produk pada produk yang dimiliki untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar. Selain itu memastikan pengemasan produk yang menarik, aman dan dapat memperpanjang umur simpanan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan minat konsumen baru dan nilai jual produk.
 - Kebutuhan pelatihan branding dimana memberi pemahaman tentang menciptakan nama merek, logo, *tagline* yang unik dan mudah diingat, dan membuat desain visual yang menarik. Tujuannya adalah dapat membedakan

produk yang dari pesaing dan memiliki loyalitas pelanggan yang baik.

- Kebutuhan pelatihan literasi keuangan dimana kelompok tani dapat memahami dasar pengelolaan keuangan mulai dari pemisahan pencatatan keuangan pribadi dan keuangan usaha, penganggaran dan perencanaan keuangan yang tepat bagi usaha yang dimiliki. Tujuannya adalah memudahkan pengambilan keputusan yang tepat dan dapat memisahkan keuangan usaha dan pribadi untuk mempermudah pengambilan keputusan serta mengetahui perkembangan usaha.
- b) Pengumpulan Data, aktivitas ini mendapat gambaran mengenai kondisi dan kebutuhan kelompok sebelum dimulainya pelatihan. Pengumpulan data dapat berupa wawancara, observasi langsung dan kuisisioner. Wawancara dilakukan bertujuan untuk mengetahui kendala yang dihadapi selama ini. Wawancara dilakukan kepada ketua dan anggota kelompok tani elok mekar sari untuk mengetahui kebutuhan dan kendala yang sedang dihadapi. Observasi langsung dilakukan pada kelompok tani elok mekar sari. Kuisisioner dilakukan pada saat pelatihan berlangsung diantaranya pre-test dan post-test.

Pre-Test dan Post-Test. Aktivitas ini digunakan untuk mengetahui pola pemahaman sebelum dan sesudah pemberian pelatihan dan workshop tentang desain kemasan produk, branding dan literasi keuangan. Desain kemasan menggunakan kode (A), kode branding (B), dan literasi keuangan (C).

Pernyataan pada pre-test dan post test kode (A) yaitu Saya memahami bahwa desain kemasan yang menarik dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk. Saya tahu cara memilih warna dan jenis huruf (font) yang baik untuk label kemasan produk pertanian. Saya memahami pentingnya kemasan yang tidak hanya menarik tapi juga fungsional (misal: melindungi produk). Saya merasa percaya diri dalam merancang atau memberikan masukan untuk desain kemasan produk kelompok tani. Saya tahu bahwa desain kemasan dapat membantu memperpanjang umur simpan produk tertentu. Saya merasa kemasan produk kami saat ini sudah cukup menarik dan inovatif dibandingkan pesaing.

Selanjutnya kode B yaitu Saya memahami apa yang dimaksud dengan "branding" atau merek. Saya percaya bahwa memiliki merek (nama, logo) yang kuat penting untuk produk pertanian kelompok tani. Saya tahu bagaimana cara membuat produk kelompok tani kami berbeda (unik) dibandingkan produk

serupa lainnya. Saya memahami bahwa branding yang baik dapat membantu membangun loyalitas pelanggan. Saya merasa kelompok tani kami sudah memiliki identitas merek (branding) yang jelas dan dikenal konsumen. Saya tahu pentingnya menggunakan logo atau nama merek secara konsisten di semua kemasan produk.

Kemudian kode C antara lain saya memisahkan pencatatan keuangan pribadi dengan keuangan usaha kelompok tani. Saya secara rutin mencatat semua pemasukan (penjualan) usaha kelompok tani. Saya secara rutin mencatat semua pengeluaran (biaya) usaha kelompok tani. Saya merasa mampu membuat perencanaan anggaran sederhana untuk usaha kelompok tani. Saya tahu cara menghitung apakah usaha kelompok tani kami menghasilkan keuntungan atau kerugian. Saya memahami pentingnya pencatatan keuangan yang rapi untuk mengambil keputusan usaha yang lebih baik.

Dari kode-kode tersebut memiliki 6 jumlah pernyataan dan wajib diisi oleh peserta pelatihan pada Elok Mekar Sari. Selanjutnya hasil dari pernyataan tersebut disajikan dengan pola grafik, histogram, dan tabulasi. Dari hasil grafik, histogram dan tabulasi dapat menyajikan sebelum dan sesudah pelatihan berlangsung guna mengetahui pemahaman secara mendalam setelah pelatihan berlangsung. Pada setiap pernyataan menggunakan Skala (Skala: 1 = Sangat Tidak Tahu, 2 = Tidak Tahu, 3 = Cukup Tahu, 4 = Tahu/Setuju, 5 = Sangat Tahu/Sangat Setuju) yang bertujuan mengetahui sejauh mana pemahaman setiap peserta pelatihan.

b. Line 2. Implementasi kegiatan

- 1) **Solusi**, penerapan solusi dilakukan secara bertahap untuk membantu Kelompok Tani Elok Mekar Sari memberi pemahaman untuk meningkatkan kualitas desain produk, memperkuat branding dan mengelola keuangan lebih baik.
- 2) **Modul / Materi**, Lingkup materi yang diberikan seputar desain produk, branding dan literasi keuangan. Tujuan materi yang dikelola dilakukan secara struktur dan terukur terkait dengan produk, branding dan literasi keuangan. Urgensi pelatihan yang diberikan, untuk memberikan pemahaman pengetahuan dan keterampilan Kelompok Tani Elok Mekar Sari. Materi disesuaikan dengan jadwal pelaksanaan kegiatan yang dibagi menjadi 2 hari diantaranya :
 - a) Modul/Materi dengan topik Desain Produk. *Brainstorming* produk dan desain, prinsip desain yang baik setiap produk, fokus produk olahan agar

memiliki nilai tambah.

- b) Modul/Materi dengan topik branding. Pemahaman pentingnya branding dalam membangun identitas, keunikan produk dan merek serta kemasan.
 - c) Modul/Materi dengan topik literasi keuangan. Pemahaman tentang literasi keuangan dengan perencanaan keuangan, pemasukan, pengeluaran dan penentuan laba serta pencatatan keuangan sederhana.
- c. Line 3. Monitoring dan Evaluasi dan Keberlanjutan Kegiatan
- 1) Monitoring dan Evaluasi (Monev), bertujuan untuk memastikan pelatihan yang dilakukan berjalan secara efektif. Mengukur pemahaman pengetahuan peserta pelatihan yang diperoleh sebelum dan sesudah pelatihan. Mendengarkan secara langsung pengalaman selama kegiatan berlangsung dan saran perbaikan. Monev dilakukan sebagai upaya peningkatan kualitas pelatihan dan memastikan bahwa Kelompok Tani Elok Mekar Sari dapat memanfaatkan secara maksimal.
 - 2) Keberlanjutan Kegiatan, tujuan dilakukan keberlanjutan kegiatan nantinya dapat dikembangkan oleh kelompok tani elok mekar sari berdasarkan desain produk, branding dan literasi keuangan. Kegiatan keberlanjutan ini dapat dilakukan strategi pengembangan yaitu dengan pendampingan secara intensif dan pengembangan pengetahuan dan keterampilan kelompok tani bidang desain, branding dan keuangan. Selanjutnya diperlukan kemandirian oleh kelompok tani dalam melanjutkan kegiatan setelah pendampingan selama kurun waktu 6 bulan kedepan.

3. HASIL

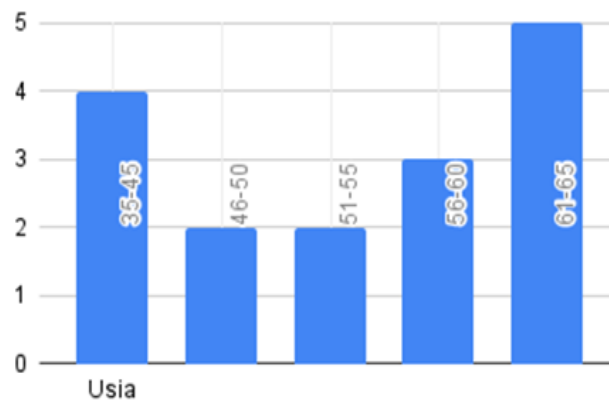
Pelaksanaan kegiatan pelatihan dan workshop pada Kelompok Tani Elok Mekar Sari dilakukan pada bulan Desember hari Selasa dan Rabu tgl. 17 – 18 Desember 2024. Kegiatan ini dibuka oleh Kepala Desa (Lurah) Semolowaru Surabaya Kenny Pieter Tupamahu,S.STP.,MM dan kegiatan ini dihadiri 15 pelaku usaha kelompok tani Elok Mekar Sari.





Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan

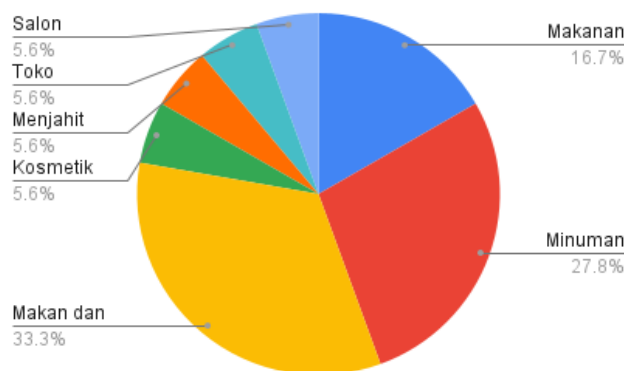
Rentan usia pelaku usaha ini hasilnya cukup beragam berdasarkan gambar 1, usia peserta pelatihan dan workshop Kelompok Elok Mekar Sari.



Gambar 3. Usia Peserta

Dari komposisi usia pelaku usaha tersebut terurai rentan usia 25-65 tahun dengan rentang usia 35-45 terdapat 4 orang, 46-50 sebanyak 2 orang, 51-55 berjumlah 2 orang dan 56-60 sejumlah 3 orang dan 61-65 tahun berjumlah 5 orang. Dari hasil tersebut kelompok usia 61-65 memiliki jumlah anggota terbanyak.

Pola pengelompokan jenis usaha Kelompok Tani Elok Mekar Sari mayoritas makanan dan minuman dengan berbagai produk termasuk kripik, peyek ikan lele, abon ikan lele, minuman sinom dan lain sebagainya. Selanjutnya terdapat empat kategori selain makanan dan minuman yaitu kosmetik, menjahit, toko dan salon yang berjumlah relatif lebih kecil untuk jenis usaha yang dimiliki.



Gambar 4. Pengelompokan jenis usaha

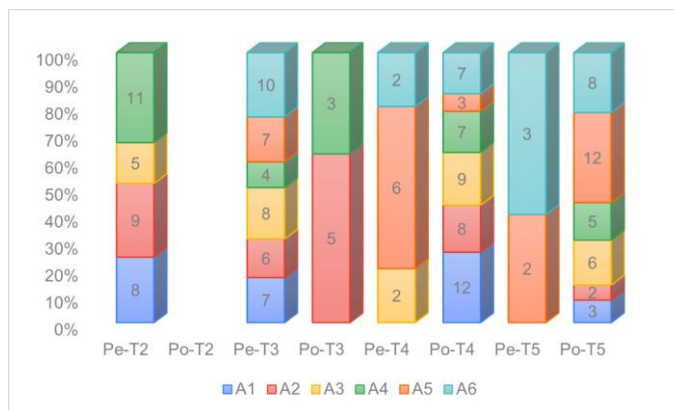
Hasil *Pre-Test* dan *Post-Test*

a. Desain Kemasan

Pre-test dan *post-test* dilakukan pada hari pertama dan kedua pada pelatihan ini dan dihadiri 15 anggota kelompok tani Elok Mekar Sari yang digunakan sebagai jumlah responden. Secara menyeluruh menunjukkan adanya peningkatan pemahaman, kesadaran dan persepsi kemampuan individu peranggora kelompok berdasarkan tiga bidang yaitu desain produk, branding dan literasi keuangan. Peningkatan paling signifikan pada area literasi keuangan yang tampaknya area dengan pemahaman dan praktik awal paling rendah.

Kesadaran berdasarkan pentingnya desain menarik pada produk dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk dengan kode A1. Hasil *pre-test* mayoritas responden pada skor 2 dengan mayoritas 8 orang yang menjawab tidak tahu sedangkan 7 responden menjawab pada cukup tahu. Dari hasil tersebut pemahaman awal masih cenderung rendah hingga sedang. Pada kode A2 tentang cara memilih warna/font, mayoritas 9 orang menjawab tidak tahu dan 6 orang cukup tahu, hasil tersebut menandakan pengetahuan tersebut cukup rendah. Pada pemahaman kemasan fungsional dan menarik (A3) penyebaran jawaban pada skor 2 (5 orang), skor 3 (8 orang) dan skor 4 (2 orang). Pemahaman tersebut menunjukkan penyebaran yang menarik karena tersebar pada skor 2-3 artinya bahwa pemahamannya masih belum merata. Pada kode 4 tentang percaya diri merancang dan memberi masukan pada desain pada *pre-test* menghasilkan kepercayaan diri masih rendah dengan mayoritas jawaban menjawab tidak tahu sebesar 11 orang dan 4 orang menjawab cukup tahu. Pada kode A5 tentang pengetahuan kemasan memperpanjang umur usaha hasil yang diperoleh pengetahuan awal sudah lumayan baik dengan penyebaran skor 3 (7 orang), skor 4 (6 orang) dan skor 5 (2 orang). Pada A6 tentang inovatif kemasan produk hasilnya cenderung cukup (10 orang) sisanya 2 orang (skor 4) cukup tau dan 3 orang sangat setuju (skor 5).

Hasil *post-test* A1 terdapat hasil peningkatan pemahaman yang sangat signifikan tentang pentingnya data tarik visual kemasan. A2 terdapat peningkatan pengetahuan praktis meskipun tingkat pemahaman setelah pelatihan lebih bervariasi dibanding A1. Pada A3 peningkatan pemahaman yang signifikan mengenai pentingnya fungsi kemasan selain estetika. Pada A4 pelatihan berhasil secara signifikan meningkatkan kepercayaan diri peserta terkait perdesainan. Selanjutnya A5 hasil post test mengenai peran kemasan dalam pengawetan produk menjadi sangat solid setelah pelatihan.



Gambar 5. Hasil *Pre-test* dan *Post-Test*

Pada A6 pelatihan meningkatkan pandangan positif bagi para peserta terhadap kemasan produk mereka sendiri, bisa karena terdapat ide perbaikan dalam kemasan yang dimiliki. Dari kondisi tersebut hasil post test pada desain kemasan menunjukkan pelatihan yang dilakukan sangat efektif karena terdapat peningkatan yang jelas dan signifikan di aspek yang diukur mulai dari pemahaman konseptual, pengetahuan praktis dan kepercayaan diri. Bahkan persepsi terhadap kondisi kemasan menjadi lebih positif setelah pelatihan. Dan terdapat pergeseran secara dramatis skor sebelum dan sesudah pelatihan.

b. Branding

Pada hasil *pre-test* dan *post-test* pada pelatihan dan workshop tentang branding menghasilkan tingkat peningkatan setelah pelatihan sedangkan saat sebelum pelatihan para peserta belum nampak memahami konsep branding, sehingga hasil yang diperoleh saat *pre-test* masih dibawah rata-rata artinya secara keseluruhan belum mengetahui branding. Berdasarkan hasil *pre-test* dan *post-test* untuk bagian Branding (Merek), terlihat jelas bahwa pelatihan memberikan dampak positif yang sangat signifikan terhadap pemahaman dan persepsi anggota Kelompok Tani Elok Mekar Sari. Sebelum pelatihan, meskipun para peserta umumnya sudah memiliki keyakinan yang cukup baik mengenai pentingnya merek yang kuat (B2), perannya dalam membangun loyalitas pelanggan (B4), dan merasa kelompok taninya sudah memiliki identitas merek yang lumayan jelas (B5) – menunjukkan

dominasi skor 4 - pemahaman mereka mengenai konsep dasar branding itu sendiri (B1), secara spesifik untuk membuat produk mereka unik atau berbeda dari pesaing (B3), serta krusialnya konsistensi dalam penggunaan logo atau nama merek (B6) masih cenderung dengan mayoritas jawaban terkonsentrasi pada skor 3 ('Cukup Tahu').

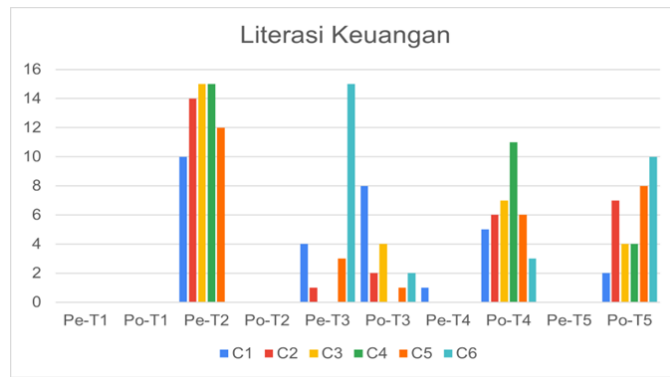
Tabel 1. Hasil Pre-Test dan Post-Test tentang Branding

No	Branding (Merek)											
	Pre-Test (Pe-T)		Post-Test (Po-T)		Pre-Test (Pe-T)		Post-Test (Po-T)		Pre-Test (Pe-T)		Post-Test (Po-T)	
	Pe-T1	Po-T1	Pe-T2	Po-T2	Pe-T3	Po-T3	Pe-T4	Po-T4	Pe-T5	Po-T5	Pe-T5	Po-T5
B1					13	1	2	1				13
B2							12	2	3			13
B3					13		1		1			15
B4						1	13	1	2			13
B5							11	1	4			14
B6					14		1	3				12

Setelah mengikuti pelatihan, terjadi pergeseran yang sangat mencolok ke arah pemahaman yang lebih mendalam dan keyakinan yang lebih kuat. Pemahaman tentang definisi branding (B1), cara membangun loyalitas melalui branding (B4), dan pentingnya konsistensi (B6) meningkat tajam, dengan mayoritas responden kini memilih skor tertinggi, yaitu 5 ('Sangat Tahu'). Peningkatan paling dramatis terlihat pada pengetahuan tentang cara menciptakan diferensiasi produk (B3), di mana seluruh responden memberikan skor 5 setelah pelatihan. Hal ini menunjukkan peningkatan pemahaman atau kepercayaan diri yang luar biasa pada aspek ini. Bahkan, keyakinan akan pentingnya merek (B2) dan persepsi positif terhadap identitas merek kelompok tani saat ini (B5), yang sudah cukup baik di awal, semakin diperkuat dan terkonsentrasi pada skor 5. Secara keseluruhan, pelatihan ini sangat sukses dalam meningkatkan pemahaman konseptual dan praktis peserta mengenai branding, mengubah pemahaman yang tadinya moderat menjadi sangat kuat dan meyakinkan.

c. Literasi Keuangan

Hasil penyebaran quisoner *pre-test* dan *post-test* tentang literasi keuangan. Pada point ini sangat penting disimak dan dikelola secara konsisten, dikarena setiap pelaku usaha wajib untuk terus berupaya melakukan pencatatan keuangan dan terus melakukan update wawasan dan keilmuan tentang literasi keuangan.



Gambar 6. Hasil *Pre-Test* dan *Post Test* Literasi Keuangan

Hasil kuisioner tentang literasi keuangan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip keuangan dalam usaha kelompok tani setelah pelatihan. Sebagian besar peserta telah memahami pentingnya memisahkan pencatatan keuangan pribadi dan usaha, meskipun pada *post-test*, terdapat sedikit penurunan dalam penerapan pemisahan yang lebih jelas. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun peserta sudah memiliki pengetahuan dasar, implementasinya dalam kehidupan sehari-hari masih menjadi tantangan. Dalam hal pencatatan pemasukan dan pengeluaran usaha, sebagian besar peserta mencatat secara rutin pada *pre-test* dan *post-test*, menunjukkan kesadaran yang baik terhadap pentingnya pengelolaan arus kas yang terorganisir. Namun, pada *post-test*, meskipun pencatatan pengeluaran meningkat, masih terdapat kekurangan dalam pencatatan yang lebih terperinci, yang dapat mempengaruhi kualitas keputusan bisnis.

Pelatihan juga berhasil meningkatkan pemahaman peserta tentang pentingnya perencanaan anggaran usaha. Meskipun sebagian besar peserta merasa mampu membuat anggaran, masih ada ruang untuk peningkatan dalam hal pembuatan anggaran yang lebih rinci dan terstruktur. Selain itu, peserta semakin memahami cara menghitung keuntungan atau kerugian usaha mereka, dengan banyak yang merasa lebih yakin tentang kemampuan mereka dalam menganalisis kondisi keuangan. Secara keseluruhan, meskipun ada peningkatan yang signifikan dalam literasi keuangan, masih diperlukan pelatihan lanjutan untuk memastikan bahwa peserta dapat mengimplementasikan teori keuangan yang dipelajari dengan lebih efektif dalam praktik sehari-hari pelaku usaha Kelompok Tani Elok Mekar Sari.

Materi Pelatihan

Materi pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk, memperkuat identitas merek, dan meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan kelompok tani Elok Mekar Sari yang disampaikan secara interaktif, dengan contoh yang relevan dan realistis

dan kasus dilapangan. Materi terurai menjadi tiga sesi dimana masing-masing sesi mengurai pada bidang dan kompetensi narasumber dan menjawab permasalahan pada kelompok tani Elok Mekar Sari. Materi tersebut diantaranya:

- a. Desain kemasan. Visual yang menarik pada kemasan termasuk warna, huruf, tata layout dan contoh kemasan yang baik, Perlindungan produk dan dapat memperkuat umur kemasan serta kemudahan dalam penggunaan. Selanjutnya informasi wajib pada kemasan. Brainstorming dan praktik sederhana pada produk peserta kegiatan. Pentingnya kemasan, prinsip dasar desain kemasan yang menarik.
- b. Branding. Brainstorming branding, manfaat branding dan contoh nyata branding yang menarik. Elemen kunci identitas merek.
- c. Literasi keuangan. Pemisahan uang pribadi dan usaha. Konseptual penerimaan dan pengeluaran biaya beserta contoh yang dipraktikkan langsung. Mencatat kas masuk dan keluar secara konsisten.

Monitoring dan Evaluasi (Monev)

Berdasarkan hasil monev yang diperoleh dari *pre-test* dan *post-test*, serta umpan balik langsung dari peserta, dapat disimpulkan sejauh mana pelatihan telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta. Jika hasilnya menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan, maka pelatihan dianggap berhasil dan dapat diulangi di masa mendatang dengan perbaikan berdasarkan masukan yang diperoleh. Sebaliknya, jika terdapat area yang masih kurang efektif, perbaikan terhadap metode pengajaran atau materi akan dilakukan. Sebagai contoh, jika hasil monev menunjukkan peningkatan yang sangat baik di area branding namun ada kekurangan dalam literasi keuangan, maka pada kegiatan berikutnya akan lebih difokuskan pada penguatan materi tentang pengelolaan keuangan, khususnya terkait dengan perencanaan anggaran dan pencatatan keuangan yang lebih rinci. Monev yang dilakukan selama dan setelah pelatihan diharapkan dapat memberikan gambaran jelas mengenai dampak pelatihan terhadap peserta, serta memberi wawasan untuk perbaikan pelatihan di masa depan. Dengan adanya evaluasi yang tepat, Kelompok Tani Elok Mekar Sari dapat memperoleh manfaat yang maksimal dari pelatihan ini dan mampu mengelola usaha mereka dengan lebih efisien dan berkelanjutan.

Keberlanjutan program kegiatan

Keberlanjutan pelatihan adalah hal penting yang perlu dijaga agar hasil yang diperoleh dari pelatihan dapat terus dikembangkan oleh Kelompok Tani Elok Mekar Sari. Oleh karena itu, dilakukan beberapa langkah untuk memastikan keberlanjutan, di antaranya: Pendampingan Intensif: Setelah pelatihan, kelompok tani tetap dilakukan

pendampingan secara intensif untuk membantu mereka mengimplementasikan perubahan yang telah dipelajari, serta memberikan dukungan dalam menghadapi tantangan yang dihadapi dalam desain kemasan, branding, dan pengelolaan keuangan. Pengembangan Pengetahuan Berkelanjutan: Untuk memastikan kelompok tani terus berkembang, pelatihan lanjutan atau sesi pembaruan pengetahuan akan diberikan secara periodik. Penyusunan Rencana Tindak Lanjut: Setiap peserta diminta untuk menyusun rencana tindak lanjut terkait penerapan desain kemasan, branding, dan literasi keuangan dalam usaha mereka. Rencana ini menjadi panduan untuk pengembangan usaha dikemudian hari.

4. DISKUSI

Kegiatan pelatihan yang dilaksanakan untuk Kelompok Tani Elok Mekar Sari dengan fokus pada tiga aspek utama yaitu desain kemasan, branding, dan literasi keuangan memiliki tujuan yang sangat jelas, yaitu untuk meningkatkan kualitas produk, memperkuat identitas merek, dan meningkatkan pengelolaan keuangan kelompok tani. Pelatihan ini bertujuan agar kelompok tani dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang semakin kompetitif. Dari hasil pelaksanaan kegiatan ini, dapat dibahas beberapa hal penting yang menjadi fokus utama dalam pencapaian tujuan pelatihan.

a. Peningkatan Pemahaman dan Keterampilan dalam Desain Kemasan

Desain kemasan menjadi elemen penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pada awalnya, banyak anggota Kelompok Tani Elok Mekar Sari yang tidak memiliki pengetahuan yang cukup mengenai desain kemasan yang menarik dan fungsional. Hasil *pre-test* menunjukkan bahwa mayoritas peserta memiliki pemahaman yang rendah tentang pentingnya desain kemasan yang menarik dan fungsional (Aldiansyah et al., 2025). Mereka juga merasa kurang percaya diri dalam merancang kemasan produk mereka.

Namun, setelah pelatihan, terjadi peningkatan yang sangat signifikan dalam pemahaman dan keterampilan desain kemasan (Asandimitra et al., 2023). Peserta tidak hanya memahami pentingnya desain kemasan yang menarik tetapi juga menyadari bahwa kemasan yang fungsional dapat memperpanjang umur simpan produk dan meningkatkan daya tarik visual produk di pasar (Krestanto, 2018). Peningkatan ini tercermin pada hasil *post-test* yang menunjukkan perubahan skor yang dramatis, dengan mayoritas peserta merasa lebih percaya diri dalam merancang kemasan dan memberikan masukan desain yang lebih baik. Hal ini menandakan bahwa pelatihan desain kemasan berhasil meningkatkan kesadaran dan pemahaman anggota kelompok tani terhadap elemen-elemen desain kemasan yang efektif. Dengan pengetahuan yang diperoleh, anggota kelompok tani

diharapkan dapat mengaplikasikan desain kemasan yang lebih inovatif dan menarik, serta meningkatkan daya saing produk mereka di pasar.

b. Perkembangan dalam Branding Produk

Branding menjadi aspek yang sangat penting dalam dunia bisnis, termasuk dalam sektor pertanian. Sebelum pelatihan, sebagian besar anggota kelompok tani belum memahami konsep dasar branding, dan banyak dari mereka belum memiliki identitas merek yang jelas. Hal ini menjadi salah satu kendala besar dalam memasarkan produk mereka, karena tanpa identitas merek yang kuat, produk mereka sulit untuk dikenali dan membedakan dirinya dari produk pesaing.

Pelatihan branding yang diberikan berhasil mengubah pemahaman peserta mengenai pentingnya branding dan langkah-langkah yang harus diambil untuk membangun identitas merek yang kuat. Hasil *post-test* menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman peserta mengenai konsep branding, cara membuat produk mereka berbeda dari pesaing, dan pentingnya konsistensi dalam penggunaan nama merek dan logo. Para peserta merasa lebih yakin untuk membangun dan mengelola merek yang kuat, serta memahami bagaimana branding dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan menciptakan diferensiasi produk. Peningkatan ini dapat membantu kelompok tani dalam memperkuat citra dan reputasi produk mereka, yang pada gilirannya dapat memperbesar peluang produk mereka untuk dikenal di pasar. Dengan identitas merek yang jelas, kelompok tani dapat meningkatkan kesadaran konsumen dan membangun loyalitas pelanggan yang lebih kuat.

c. Peningkatan Literasi Keuangan

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh Kelompok Tani Elok Mekar Sari adalah pengelolaan keuangan yang kurang efisien dan pemahaman yang rendah mengenai literasi keuangan. Sebagian besar anggota kelompok tani tidak memisahkan keuangan pribadi dan usaha, yang membuat mereka kesulitan dalam mengelola anggaran dan membuat keputusan bisnis yang tepat. Pelatihan literasi keuangan berhasil memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai pengelolaan keuangan yang efisien. Hasil *pre-test* dan *post-test* menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman peserta mengenai pentingnya pemisahan pencatatan keuangan pribadi dan usaha, perencanaan anggaran yang lebih terstruktur, dan pencatatan pemasukan serta pengeluaran secara rutin. Namun, meskipun terjadi peningkatan, beberapa peserta masih menghadapi tantangan dalam mengimplementasikan teori-teori keuangan yang dipelajari dalam kehidupan sehari-hari.

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pelatihan literasi keuangan berhasil meningkatkan pengetahuan dasar tentang keuangan, masih diperlukan pelatihan lanjutan dan pendampingan secara intensif untuk memastikan bahwa peserta dapat mengaplikasikan pengetahuan tersebut secara lebih efektif dalam praktik usaha mereka (M. S. Erstiawan, Soebijono, et al., 2024). Dengan pengelolaan keuangan yang lebih baik, kelompok tani dapat meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan profitabilitas usaha mereka.

d. Keberlanjutan dan Pengembangan Usaha

Pelatihan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam tiga bidang utama, tetapi juga untuk memastikan bahwa pengetahuan yang diperoleh dapat diimplementasikan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, penting untuk memastikan adanya keberlanjutan kegiatan pelatihan ini. Pendampingan yang intensif setelah pelatihan menjadi langkah penting dalam membantu peserta mengatasi tantangan yang muncul dalam menerapkan pengetahuan yang diperoleh.

Selain itu, Kelompok Tani juga diharapkan dapat mengembangkan kemandirian mereka dalam melanjutkan kegiatan yang telah dimulai. Dengan adanya pendampingan berkelanjutan dan pengembangan pengetahuan yang terus-menerus, Kelompok Tani akan dapat terus meningkatkan kualitas produk mereka, memperkuat merek mereka, dan mengelola keuangan usaha mereka secara lebih profesional. Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan ini memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kemampuan Kelompok Tani Elok Mekar Sari dalam tiga bidang utama: desain kemasan, branding, dan literasi keuangan. Meskipun masih ada beberapa tantangan dalam mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh, pelatihan ini berhasil memberikan wawasan yang lebih dalam dan keterampilan yang lebih baik dalam menghadapi tantangan yang mereka hadapi. Dengan keberlanjutan kegiatan yang diharapkan, kelompok tani ini diharapkan dapat memperbaiki daya saing produk mereka, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan mengelola keuangan usaha mereka dengan lebih efisien. Dengan demikian, kegiatan ini dapat memberikan kontribusi positif terhadap pemberdayaan ekonomi kelompok tani dan keberlanjutan usaha mereka di masa depan.

5. KESIMPULAN

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat melalui pelatihan dan workshop bagi Kelompok Tani Elok Mekar Sari ini terbukti sangat efektif dalam meningkatkan kapasitas anggotanya pada tiga area krusial yang menjadi fokus. Hasil evaluasi *pre-test* dan *post-test* secara konsisten menunjukkan peningkatan signifikan dalam

pemahaman, kesadaran, dan persepsi kemampuan terkait Desain Kemasan Produk, termasuk peningkatan kepercayaan diri yang penting untuk inovasi; pemahaman mendalam mengenai Branding (Merek), dengan lompatan pemahaman yang sangat menonjol pada aspek krusial diferensiasi produk; serta transformasi dramatis dalam Literasi Keuangan, yang ditandai dengan perbaikan tajam dalam praktik pencatatan, kemampuan analisis keuangan dasar, dan pemisahan dana usaha dari kondisi awal yang sangat minim. Pelatihan ini berhasil secara langsung menjawab permasalahan fundamental yang sebelumnya teridentifikasi menghambat potensi kelompok tani, sekaligus memvalidasi bahwa pendekatan terintegrasi yang menggabungkan ketiga aspek tersebut adalah tepat dan saling menguatkan. Dengan demikian, kegiatan ini telah berhasil memberdayakan anggota kelompok tani dengan pengetahuan dan keterampilan esensial, memberikan fondasi kuat untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar, membangun identitas merek yang lebih solid dan dikenal, mengelola operasional usaha secara lebih profesional, dan pada akhirnya, berkontribusi secara signifikan pada potensi keberlanjutan ekonomi mereka dalam jangka panjang.

DAFTAR REFERENSI

- Aldiansyah, P. M., Riyanto, D. Y., Richo, A. Y., & Erstiawan, M. S. (2025). Inovasi rompi medis untuk fisioterapis sepakbola berbasis tactical vest. *CandraRupa: Journal of Art, Design, and Media*, 4(1), 27–35.
- Alma, B. (2011). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Asandimitra, N., Artanti, Y., Untarini, N., & ... (2023). Pelatihan desain label kemasan dan pemasaran online di Desa Cemandi Sidoarjo. *Dinamis: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. <https://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/dinamis/article/view/5784>
- Ayu Fina Karimatussofiah, A. B. K. (2018). Laba komprehensif vs laba bersih: Manakah yang lebih relevan? *Perspektif Akuntansi*, 1(1), 1–19.
- Cenadi, C. S. (2000). Peranan desain kemasan dalam dunia pemasaran. *Nirmana*, 2.
- Daldanise, G. (2020). From place-branding to community-branding: A collaborative decision-making process for cultural heritage enhancement. *Sustainability*, 12(24), 10399. <https://doi.org/10.3390/su122410399>
- Diah Ernawati. (2018). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1).
- Dita Amanah, et al. (2021). Merek dan *customer delight* terhadap loyalitas pelanggan (Studi empiris pada Amanda Brownies Setiabudhi Bandung). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*,

5(1).

- Erstiawan, M. (2022). Implementasi SAK-EMKM dalam menyusun dan mengelola keuangan pada UMKM di Wonosalam. *Majalah Ekonomi*, 27(1), 44–51. <https://doi.org/10.36456/majeko.vol27.no1.a5607>
- Erstiawan, M. S. (2020). Penerapan SAK-EMKM pada kesenian Jaranan Turonggo Bimo Kertosono sebagai simbol budaya. *BIP's Jurnal Bisnis Perspektif*, 12(1), 47–54.
- Erstiawan, M. S., & Wangi, M. P. (2023). Peran anggaran dan realisasi anggaran produksi film independen dalam perspektif akuntansi. *Efektor*, 10(1), 132–147. <https://doi.org/10.29407/e.v10i1.18667>
- Erstiawan, M. S., et al. (2021). Efektivitas strategi pemasaran dan manajemen keuangan pada UMKM roti. *Dikemas*, 5(1), 57–61. <https://doi.org/10.32486/jd.v5i1.574>
- Erstiawan, M. S., Riyanto, D. Y., & Budiardjo, H. (2024). Efisiensi biaya produksi dan promosi dalam kegiatan sedekah ilmu. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia*, 2(6), 66–76. <https://doi.org/10.55542/jppmi.v2i6.909>
- Erstiawan, M. S., Soebijono, T., Widodo, A. P., & Binawati, L. (2024). Literasi keuangan dalam mengelola keuangan kelompok usaha wanita mandiri (KURMA) Desa Buncitan. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 9(2), 312–318.
- Fania Putri, R., Soebijono, T., Erstiawan, M. S., & Arifin, M. (2022). Relevansi metode cost plus pricing untuk menentukan harga pokok produk pada konveksi. *JAE (Jurnal Akuntansi dan Ekonomi)*, 7(3), 30–41. <https://doi.org/10.29407/jae.v7i3.18683>
- Krestanto, H. (2018). Potensi batik sebagai daya tarik wisata (Studi di Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah). *Jurnal Media Wisata*, 16(2), 1077–1083.
- Ningsih, S. C., & Putri, P. H. (2020). Inovasi kemasan dan perluasan pemasaran usaha rempeyek di Yogyakarta. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. <https://pustaka-psm.unilak.ac.id/index.php/dinamisia/article/view/3268>
- Purnamawati, F., & Fathor, A. S. (2019). Pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan memilih dengan minat sebagai variabel intervening. *Kompetensi*, 13(1), 44–55.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan minat beli dengan keputusan pembelian pada konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*. <https://scholar.archive.org/work/6bu4avq5qfhhonix6r7p7kqgm/access/wayback/http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/download/4870/pdf>
- Septiani, R. N., & Widiyanti, E. (2020). Pengaruh literasi keuangan dan inklusi keuangan terhadap kinerja UMKM di Sidoarjo [Doctoral dissertation, Udayana University].
- Suranti, D. (2016). Perlakuan akuntansi kas kecil. *Journal of Applied Accounting and Taxation*, 1(1), 21–24.
- Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, M. S. (2023). Pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian Indomie di Semarang. *Solusi*. <https://journals.usm.ac.id/index.php/solusi/article/view/6064>