

Upaya Peningkatan Nilai Jual Produk Makanan Ringan Desa Putrapinggian Kecamatan Kalipucang Kabupaten Pangandaran Melalui Inovasi *Packaging* dan *Labeling*

Agi Rosyadi¹, Dede Arif Rahmani², Cindera Syaiful Nugraha³, Edi Ganda Permana⁴

^{1,2,3,4}Universitas Siliwangi, Indonesia

*e-mail: agirosyadi@unsil.ac.id¹, dede.arif@unsil.ac.id², cindera.sn@unsil.ac.id³, edi.ganda@unsil.ac.id⁴

Abstrak

Pelatihan perbaikan kemasan produk olahan pisang dalam bentuk keripik dengan varian manis dan original ini bertujuan untuk memberikan pengalaman dan pengetahuan baru kepada produsen. Selama ini mereka mengemas keripik pisang dengan plastik ditutup menggunakan staples dan diberi label kertas berisi gambar dan merek hasil fotocopy. Perbaikan kemasan membuat produk lebih aman dan memiliki nilai jual yang tinggi. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode presentasi berbagai alternatif kemasan produk dan praktik untuk memberikan pengalaman langsung kepada para pelaku UMKM, setelah itu dilakukan evaluasi untuk mengamati hasil praktik. Di akhir kegiatan, tim pelaksana mengumpulkan tanggapan peserta dan mereka berharap kegiatan tersebut dapat terus meningkatkan kualitas produk.

Kata kunci: Industri Kecil, Pelabelan, Pengemasan, Produk Pisang.

Abstract

The training on packaging of processed banana products in the form of chips with sweet and original variants aims to provide new experience and knowledge to producers. So far, they have packaged banana chips in plastic, covered with staples and labeled with paper containing the photocopied image and brand. Packaging Improvements make products safer and have a high selling value. The method used in this activity is the method of presenting various alternative product packaging and practices to provide direct experience to MSME actors, after which an evaluation is carried out to see the results of the practice. At the end of the activity, the implementation team collects responses and they hope that the activity can continue to improve product quality.

Keywords: Banana Product, Labeling, Packaging, Small Industries

1. PENDAHULUAN

Pada masyarakat zaman dahulu, pengemasan memiliki fungsi sebagai tempat menyimpan makanan dan melindunginya dari kerusakan. Namun untuk masa sekarang, pengemasan memiliki fungsi selain sebagai tempat dan untuk melindungi produk dari kerusakan, juga sebagai memberi informasi tentang produk itu sendiri misalnya kandungan zat gizi, bahan yang digunakan dan masa kadaluarsa serta memiliki fungsi estetika [1]

Salah satu kekuatan terbesar yang menarik daya beli calon konsumen saat ini adalah dari kemasan. Dalam label dan kemasan yang menarik harus mencantumkan nama yang mudah diingat, desain yang menarik, dan aman melindungi produk di dalamnya [2]. Konsep *packaging* dan *labeling* jika dapat diterapkan dengan benar, maka akan memberikan banyak manfaat bagi penjualnya. Begitu pentingnya *packaging* dan *labeling*, sehingga jika kemasan dan label suatu produk dikemas secara estetik dan *memorable*, maka akan menggugah orang untuk setidaknya mencoba produk tersebut [3]

Semua hal tersebut, akan melibatkan desain, pola tulisan, material kemasan, material pelabelan, warna yang dipakai, ukuran kemasan dan label, sampai dengan pemilihan kata-kata atau kalimat juga harus tepat agar orang melirik dan tertarik membeli produk tersebut. Konsep *packaging* dan *labeling* mengharuskan penjual atau produsen paham akan seperti apa desain yang diinginkan oleh masyarakat sehingga mereka setidaknya tertarik membeli produk yang akan dijual.

Fungsi lain dari *packaging* dan *labeling* ini adalah untuk mengklasifikasikan ukuran dan bentuk dari produk tersebut sehingga memudahkan penyusunan dan pengangkutan produk[4].

Pada proses pemasaran ataupun distribusi produk, pengemasan menjadi alat utama bagi produk olahan dalam hal ini keripik pisang yang menjadi salah satu komoditas andalan Desa Putraringgan. Pengemasan itu sendiri merupakan upaya menata dan menakar produk dalam suatu kemasan tertentu menurut ukuran dan bentuk tertentu. Dari sana, dapat kita simpulkan bahwa pengemasan memiliki bermacam-macam bentuk dan jenis sesuai dengan jenis produk, ukuran, bentuknya yang disesuaikan dengan selera konsumen.

Bahan kemasan yang digunakan adalah berbeda-beda tergantung dari jenis dan bentuk produknya serta tujuan atau sasaran distribusi produk. Pada umumnya bahan yang digunakan adalah berupa bahan yang terbuat dari plastik, karet, kaca, kaleng, alumunium dan kertas serta bahan alami misalnya daun atau bahkan kombinasi dari semua/beberapa bahan-bahan tersebut. Tujuan utama dari pengemasan adalah melindungi, mengawetkan dan menjaga kualitas produk [5]

Salah satu proses modifikasi yang bisa dilakukan untuk meningkatkan harga jual adalah melalui modifikasi kemasan produk [6]. Dalam melakukan pengemasan harus disesuaikan dengan jenis produk, kemudahan, dan ketahanan bahan untuk ukuran produk tersebut serta memiliki nilai keindahan sehingga menarik konsumen. Secara prinsip, kemasan dan label yang dipasang harus jelas, sederhana dan tegas [7]. Cara yang paling sederhana adalah misalnya dengan membungkus dengan daun, kertas atau plastik. Contohnya adalah lempeng, kue, snack dan lain-lain.

Kegiatan pelatihan *packaging* dan *labeling* ini dilaksanakan dalam rangka penelitian dan pengabdian masyarakat. Secara umum, kegiatan penelitian dan pengabdian dilaksanakan oleh dosen untuk pengembangan dan peningkatan ilmu pengetahuan secara umum. Kegiatan ini dapat dimanfaatkan untuk pengembangan dan peningkatan ilmu pengetahuan serta kemampuan dosen [8].

Kegiatan pengabdian ini dilakukan kerjasama dengan 2 mitra yaitu Karang Taruna dan Aparat Desa di Desa Putraringgan Kecamatan Kalipucang Kabupaten Pangandaran. Dari hasil *in depth interview* dengan kedua mitra tersebut, maka kami mengidentifikasi beberapa permasalahan, diantaranya pada:

1. Terbatasnya pengetahuan warga dan pelaku UMKM mengenai *packaging* dan *labeling*.
2. Terdapat beberapa pemahaman yang kurang tepat mengenai sistem pemasaran produk makanan olahan kemasan.
3. Pemikiran warga dan pelaku UMKM yang masih berorientasi pada hasil penjualan bukan kepada kualitas produk dan proses pemasaran terintegrasi.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini melalui beberapa tahap, yaitu:

- a. Survei dan identifikasi masalah di desa Putraringgan
- b. Penentuan program sebagai solusi masalah yang ditemukan
- c. Pelaksanaan kegiatan berupa pelatihan mengenai berbagai desain *packaging* dan *labeling* disertai demonstrasi.
- d. Evaluasi program



Gambar 1. Flowchart Kegiatan

Sasaran kegiatan ini adalah para pelaku UMKM di Desa Putrapinggian Kecamatan Kalipucang Kabupaten Pangandaran. Tempat pelaksanaan kegiatan diadakan di balai Desa Putrapinggian dengan rangkaian kegiatan:

- a. Persiapan bahan dan alat pengemasan serta pembuatan label
- b. Persiapan tempat
- c. Presentasi pengenalan alat pengemasan skala rumah tangga berupa *sealer* dan berbagai macam desain label yang bisa digunakan oleh para peserta.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Julianti dan Nurminah dalam Fitta [9], Kemasan dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa hal atau beberapa cara yaitu sebagai berikut:

1. Klasifikasi kemasan berdasarkan frekuensi pemakaian:
 - a) Kemasan sekali pakai (*disposable*), yaitu kemasan yang langsung dibuang setelah dipakai, seperti kemasan produk instant, permen, dll.
 - b) Kemasan yang dapat dipakai berulang kali (*multitrip*) dan biasanya dikembalikan ke produsen, contoh: botol minuman, botol kecap, botol sirup.
 - c) Kemasan atau wadah yang tidak dibuang atau dikembalikan oleh konsumen (*semi disposable*), tapi digunakan untuk kepentingan lain oleh konsumen, misalnya botol untuk tempat air minum di rumah, kaleng susu untuk tempat gula, kaleng biskuit untuk tempat kerupuk, wadah jam untuk merica dan lain-lain.
2. Klasifikasi kemasan berdasarkan struktur sistem kemas (kontak produk dengan kemasan):
 - a) Kemasan primer, yaitu kemasan yang langsung bersentuhan dengan produk yang dibungkusnya,
 - b) Kemasan sekunder, yang tidak bersentuhan langsung dengan produknya akan tetapi membungkus produk yang telah dikemas dengan kemasan primer,
 - c) Kemasan tersier dan kuarterner yaitu kemasan untuk mengemas setelah kemasan primer atau sekunder.
3. Klasifikasi kemasan berdasarkan sifat kekakuan bahan kemasan:
 - a) Kemasan fleksibel yaitu bahan kemasan yang mudah dilenturkan tanpa adanya retak atau patah. Misalnya plastik, kertas dan *foil*,
 - b) Kemasan kaku yaitu bahan kemas yang bersifat keras, kaku, tidak tahan lenturan, patah bila dibengkokkan relatif lebih tebal dari kemasan fleksibel. Misalnya kayu, gelas dan logam,
 - c) Kemasan semi kaku/semi fleksibel yaitu bahan kemas yang memiliki sifat-sifat antara kemasan fleksibel dan kemasan kaku. Misalnya botol plastik (susu, kecap, saus), dan wadah bahan yang berbentuk pasta.
4. Klasifikasi kemasan berdasarkan sifat perlindungan terhadap lingkungan:
 - a) Kemasan hermetis (tahan uap dan gas) yaitu kemasan yang secara sempurna tidak dapat dilalui oleh gas, udara atau uap air sehingga selama masih hermetis wadah ini tidak dapat dilalui oleh bakteri, kapang, ragi dan debu. Misalnya kaleng, botol gelas yang ditutup secara *hermetic*,
 - b) Kemasan tahan cahaya yaitu wadah yang tidak bersifat transparan, misalnya kemasan logam, kertas dan *foil*. Kemasan ini cocok untuk bahan pangan yang mengandung lemak dan vitamin yang tinggi, serta makanan hasil fermentasi,
 - c) Kemasan tahan suhu tinggi, yaitu kemasan untuk bahan yang memerlukan proses pemanasan, pasteurisasi dan sterilisasi. Umumnya terbuat dari logam dan gelas.
5. Klasifikasi kemasan berdasarkan tingkat kesiapan pakai (perakitan):
 - a) Wadah siap pakai yaitu bahan kemasan yang siap untuk diisi dengan bentuk yang telah sempurna. Contoh: botol, wadah kaleng dan sebagainya.

- b) Wadah siap dirakit/wadah lipatan yaitu kemasan yang masih memerlukan tahap perakitan sebelum diisi. Misalnya kaleng dalam bentuk lembaran (flat) dan silinder fleksibel, wadah yang terbuat dari kertas, foil atau plastik.

Kemasan yang menarik harus dirancang dan dibuat sebaik mungkin. Kemasan yang baik adalah kemasan yang mampu melindungi isi produk dengan maksimal dan mampu menyediakan informasi lengkap tentang produk bagi konsumen [10]. Apalagi kondisi demografi Desa Putraringgan berada sangat dekat dengan objek wisata Pantai Pangandaran, yang berarti dapat menyediakan *something to buy* sebagai salah satu potensi desa wisata [11]. Dalam merancang atau merencanakan pembuatan kemasan sebaiknya perhatikan hal-hal berikut ini:

1. Kesesuaian antara produk dengan bahan pengemasnya. Maksudnya adalah dalam menentukan bahan pengemas kita harus mempertimbangkan produk yang kita miliki. Jika produk kita berbentuk cairan seperti jus atau sirup, kita bisa memilih bahan pengemas seperti botol atau gelas plastik. Jika produk kita berupa makanan kering seperti keripik, kerupuk, atau yang lainnya kita bisa menggunakan plastik transparan dan lain sebagainya. Plastik dapat digunakan sebagai kemasan primer sekaligus dengan labelnya, juga bisa dimasukkan kedalam kemasan lain seperti dus kertas sebagai kemasan sekunder.
2. Ukuran Kemasan dan ketebalan bahan kemasan. Ukuran kemasan berkaitan dengan banyak sedikitnya isi yang diinginkan, sedangkan ketebalan berkaitan dengan keawetan dari produk yang ada didalamnya. Jika produknya sangat ringan seperti kerupuk sebaiknya kemasan di buat dalam ukuran relatif besar.
3. Bentuk kemasan. Agar kemasan menarik bentuk pengemas bisa dirancang dalam bentuk yang unik tergantung dari kreativitas perancangannya. Misalnya kemasan dus kertas bisa di buat seperti tabung, kubus, balok, trapesium atau bentuk-bentuk lainnya.

Keadaan yang sedang terjadi sekarang di Desa Putraringgan adalah masih minimnya pengetahuan warga desa mengenai *packaging* dan *labeling* sehingga produk yang dipasarkan oleh para pelaku usaha UMKM di Desa Putraringgan kurang berhasil di pasaran. Tentu ini menjadi hal yang mengkhawatirkan di tengah situasi ekonomi pasca Covid-19 yang belum stabil. Sementara persaingan perusahaan untuk menarik minat beli sangat tinggi, membuat konsumen harus lebih bijak dan cerdas saat memilih produk [12].

Ternyata setelah dilakukan survei, komoditas UMKM tersebut adalah keripik pisang dimana pisang sebagai bahan bakunya tersedia melimpah ruah di Desa Putraringgan. Akan tetapi, kemasan produk dari makanan ringan yang dipasarkan oleh warga desa Putraringgan masih kurang menarik, hal ini menjadi bahan evaluasi yang harus segera diselesaikan agar sumber daya yang menjadi bahan utama makanan ringan yaitu pisang tidak terbengkalai begitu saja.

Faktor lain yang mendorong keberhasilan dari pemasaran adalah menggerakkan masyarakat khususnya pelaku UMKM agar meningkatkan kualitas produknya serta memperluas *link* atau kerjasama dengan pihak lain agar kemasan yang sudah menarik dan diberi label. Sehingga dapat lebih mudah diterima pasar dan dapat menjadi komoditas yang dapat diandalkan atau bahkan dijadikan produk ciri khas dari Desa Putraringgan, karena label merupakan salah satu alat penyampai informasi [13]. Dari sisi pemerintah, perlu adanya sosialisasi, edukasi dan akses informasi agar bisa berjalan sinergi.

Tabel 1. Permasalahan Mitra dan Solusi

No	Permasalahan	Akar Masalah	Solusi yang disepakati
1	Terbatasnya pengetahuan warga dan pelaku UMKM mengenai <i>packaging</i> dan <i>labeling</i>	Terbatasnya pengetahuan tentang <i>packaging</i> dan <i>labeling</i> Teknik dan	- Edukasi tentang konsep - <i>packaging</i> dan <i>labeling</i> - Edukasi tentang bagaimana cara membuat desain <i>packaging</i> yang menarik - Demonstrasi tentang bagaimana membuat kemasan

			sedehana yang lebih membuat produk tahan lama - Edukasi tentang membuat label untuk produk - Edukasi tentang sistem pemasaran khususnya pemasaran produk UMKM makanan ringan yang lebih simple dan mudah dilaksanakan - Edukasi warga khususnya pelaku UMKM makanan ringan agar memahami bahwa sistem pemasaran itu melibatkan banyak pihak, baik internal perusahaan ataupun eksternal perusahaan (pemasaran terintegrasi)
2	Terdapat beberapa pemahaman yang kurang tepat mengenai sistem pemasaran produk makanan olahan kemasan.	Masih terbatasnya pengetahuan warga bahwa pemasaran produk hanya dari penjual ke <i>pembeli</i>	
3	Pemikiran warga dan pelaku UMKM yang masih berorientasi pada hasil penjualan bukan kepada kualitas produk dan proses pemasaran terintegrasi.	Masih adanya pemahaman bahwa pemasaran itu hanya sekedar <i>menjual</i> saja produk yang ada	

Tim pelaksana program pengabdian bagi masyarakat memberikan pembinaan berupa penyuluhan dan pendampingan dalam pembuatan label dan pengemasan makanan ringan untuk meningkatkan kualitas dan nilai jual produk [14]. Adapun Langkah-langkah yang telah dilakukan adalah sebagai berikut;

1. Koordinasi ke kedua mitra

Pertama yang dilakukan oleh Tim pelaksana program pengabdian bagi masyarakat yaitu melakukan koordinasi kepada pihak pemerintah Desa dan Karang Taruna Desa Putrapinggian, kec. Kalipucang, Kabupaten Pangandaran. Hasil koordinasi tersebut menyepakati bahwa penyuluhan dan pendampingan dilaksanakan pada tanggal 20 Oktober 2022. Adapun kebutuhan pelaku usaha desa tersebut yaitu mendapatkan informasi tentang penemasan dan pelabelan yang baik dan menarik guna meningkatkan penjualan produk tersebut.

2. Memberikan penyuluhan tentang pengemasan dan pelabelan produk

Gambaran utama pelaku usaha makanan ringan tentang kemasan dan label sangatlah sederhana. Produk yang siap dipasarkananya dikemas dengan plastik biasa dan dibubuhi label produsen atau merk dagang saja. Hal ini menjadi titik awal bagi tim pengabdian bagi masyarakat untuk memberikan informasi yang sesuai mengenai kebutuhan pengemasan dan pelabelan produknya.



Gambar 2. Penyerahan unit *sealer* kepada pelaku UMKM.

Kemasan yang digunakan yaitu menggunakan plastik yang dilengkapi ziplock, ini memudahkan untuk membuka dan menutup kembali kemasan. Hal ini dipilih guna menambah keawetan makanan yang terjaga ke higienisannya. Kemudian sebagai bentuk segel pada kemasan, dilakukan pengepresan pada kemasan. Mesin pres sealer yang digunakan berukuran medium, dan sangat cocok untuk industri rumahan.

Adapun label produk yang telah didesain yaitu menggambarkan produk tersebut dengan penambahan informasi nama produk, bahan, tempat produksi, nomor kontak, dan tulisan halal yang dirangkum semenarik mungkin supaya menambah minat calon konsumen untuk membelinya. Sebagai penutup, kami menyerahkan 5 unit sealer kepada para pelaku UMKM di Desa Putraringgan sebagai modal untuk memperbaiki pengemasan produk yang sudah dihasilkan.

4. KESIMPULAN

Respon warga peserta penyuluhan Desa Putraringgan cukup antusias dalam mengikuti kegiatan ini. Hal ini terlihat dengan keseriusan peserta dalam menyimak dan memperhatikan setiap penjelasan yang disampaikan oleh penyaji. Karena kualitas *packaging* dan *branch image* sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan [15].

Peserta merasakan manfaat dari adanya kegiatan ini untuk pengembangan usaha rumahan mereka. Selain itu mereka mendapatkan informasi tentang pengemasan dan pelabelan produk yang lebih menarik, dan efisien untuk produk mereka dan menemukan ide-ide baru untuk terbentuknya peluang usaha baru di Desa Putraringgan. Pengemasan yang baik terbukti dapat menarik minat konsumen, menjaga kualitas dan meningkatkan usia produk [16].

Oleh karena di wilayah Desa Putraringgan memiliki hasil perkebunan dan perikanan tangkap yang cukup potensial, tidak menutup kemungkinan akan banyak usaha skala rumahan yang akan tumbuh, sehingga perlu adanya pembinaan yang lebih serius dari pihak terkait. Sehingga penyuluhan dan pendampingan usaha seperti ini akan terus dibutuhkan dan dilaksanakan secara berkesinambungan serta diharapkan mampu membantu meningkatkan perekonomian desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada beberapa pihak yang turut serta berpartisipasi dan mendukung kegiatan pengabdian ini. Terutama LPPM Universitas Siliwangi sebagai pendukung finansial kegiatan pengabdian. Selain itu kami ucapkan terima kasih kepada perangkat Desa Putraringgan Kecamatan Kalipucang Kabupaten Pangandaran yang telah memberikan izin dan fasilitas sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan lancar. Juga para dosen dan mahasiswa dan para pengusaha Desa Putraringgan Kecamatan Kalipucang Kabupaten Pangandaran yang ikut serta menyukseskan acara ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] K. L. K. Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- [2] S. Maryama, P. Yandri, Imal, and Istima, "Pembuatan Packaging Dalam Upaya," *SEMBADHA 2018 Semin. Has. Pengabdi. Kpd. Masy.*, pp. 156–159, 2018.
- [3] D. S. Framita and D. Maulita, "Peningkatan Penjualan Melalui Pengemasan, Labelling dan Branding Produk di Desa Sukaratu Kecamatan Cikeusl Kabupaten Serang," *BERDAYA J. Pendidik. dan Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 3, pp. 107–118, 2020, doi: 10.36407/berdaya.v2i3.254.
- [4] D. Sudaryanti, S. Sholehuddin, and U. I. Malang, "Melalui Pelatihan Packaging Dan Packing Di Rw 01 Kelurahan," 2022.
- [5] M. Anasrulloh, "Pelatihan Pembuatan Kemasan (Packaging) Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Olahan Kue Kacang Emping Melinjo," vol. 5, no. INA-Rxiv, pp. 26–30,

- 2018, doi: 10.17605/OSF.IO/7NBKR.
- [6] P. U. W. Putro and L. N. Sulistiyowati, "Pelatihan Smart Packaging Pada Usaha Mikro Emping Jagung Di Kabupaten Magetan," *J. Berdaya Mandiri*, vol. 1, no. 2, pp. 193–201, 2020, doi: 10.31316/jbm.v1i2.433.
- [7] B. A. Hananto, "Studi 'Trend Kekinian Packaging' Untuk Webinar Pelatihan UMKM," *Pros. Semin. Nas. Desain dan Arsit.*, vol. 4, pp. 9–15, 2021.
- [8] I. H. Noor, "Penelitian dan Pengabdian Masyarakat pada Perguruan Tinggi," *J. Pendidik. dan Kebud.*, vol. 16, pp. 285–297, 2010.
- [9] E. Julianti and N. Mimi, "Buku Ajar Teknologi Pengemasan. Departemen Teknologi Pertanian Fakultas Pertanian," *Teknol. Pengemasan.*, p. 205, 2007.
- [10] S. Mukhtar and M. Nurif, "Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen," *J. Sos. Hum.*, vol. 8, no. 2, pp. 181–191, 2015.
- [11] S. Herawati, A. Parantika, and L. Afriza, "Pelatihan Packaging Produk Unggulan Masyarakat," vol. 4, no. 6, pp. 7–12, 2020.
- [12] I. Santoso and R. Fitriani, "Green Packaging, Green Product, Green Advertising, Persepsi, dan Minat Beli Konsumen," *J. Ilmu Kel. dan Konsum.*, vol. 9, no. 2, pp. 147–158, 2016, doi: 10.24156/jikk.2016.9.2.147.
- [13] M. L. Irrubai, "Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga," *SOSIO-DIDAKTIKA Soc. Sci. Educ. J.*, vol. 3, no. 1, pp. 15–30, 2016, doi: 10.15408/sd.v3i1.3794.
- [14] Y. Sugiyani *et al.*, "Jurnal Pemberdayaan Packaging," *Pemberdaya. Masy. Desa Melalui Pelatih. Packag. Prod. Makanan Tradis. Yang Berdaya Jual Guna Meningkatkan. Perekon. Wil.*, pp. 50–54, 2018.
- [15] M. C. Pesoth, "Pengaruh Kualitas Produk, Packaging, Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Rokok Dunhill Di Kota Manado," vol. 3, no. 3.
- [16] A. Leovita and D. Fauzi, "Penyuluhan peningkatan kualitas packaging produk pada umkm serambi milk padang panjang," *J. Pengabdi. Kpd. Masy. Dewantara*, vol. 4, no. 1, pp. 20–25, 2021.