Dedikasi Cendekia
Warta Pengabdian Pendidikan
Volume 3 Nomor 1, Juni 2026
P-ISSN 3062-6803 || E-ISSN 3062-8164
https://publik.educ3.org/index.php/dedikasi_cendekia

Pelatihan Pengemasan dan Pemasaran Teh Herbal Biji Alpukat untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Bebidas, Kec. Wanasaba, Kab. Lombok Timur

Mia Tri Ardene[1], Nadiatul Aini[1], Adittya Abdilah[1], Alif Rizqian Maulana Al Jufri[1], Alya Zahra Satriani[1], Dwy Anggriani[1], Muh. Tanwir[1], Nindia Salsabila[1], Nurul Falahtunnisa[1], Yusfita[1], Heri Setiawan[1]
[1]Universitas Mataram
email: [1]nadiatulaini15@gmail.com

ABSTRACT

Avocado seed waste in Bebidas Village remains suboptimally utilized despite its health benefits. This community service by the 2025 Bebidas 2 KKN Team is a continuation of herbal tea processing training, aiming to improve packaging and marketing skills. The applied method was Participatory Rural Appraisal in January 2026, involving 30 participants from the Youth Organization and Family Welfare Movement of Jurang Koak Hamlet. Results showed an increase in participants' understanding and practical skills from 20% to 85% regarding food-grade packaging, aesthetic labeling, and digital marketing adoption. This program successfully established a highly competitive village product while supporting zero-waste economic empowerment.

***Keywords**: Avocado Seed, Digital Marketing, KKN, Packaging, Zero Waste.*

ABSTRAK

Limbah biji alpukat di Desa Bebidas belum dimanfaatkan secara optimal meskipun kaya manfaat. Pengabdian oleh Tim KKN Desa Bebidas 2 Tahun 2025 ini merupakan kelanjutan pelatihan pengolahan teh herbal, bertujuan meningkatkan keterampilan pengemasan dan pemasaran. Metode yang diterapkan adalah Participatory Rural Appraisal pada Januari 2026 dengan melibatkan 30 peserta dari Karang Taruna dan PKK Dusun Jurang Koak. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan praktis peserta dari 20% menjadi 85% dalam penggunaan kemasan berstandar food grade, pelabelan merek, dan pemasaran digital. Program ini berhasil mewujudkan rintisan produk unggulan desa berdaya saing tinggi serta mendukung penerapan zero waste bagi kemandirian ekonomi.

Kata Kunci: Biji Alpukat, KKN, Pengemasan, Pemasaran Digital, Zero Waste.

1. PENDAHULUAN

Desa Bebidas memiliki potensi sumber daya alam dan hasil pertanian yang melimpah, salah satunya adalah komoditas buah alpukat (*Persea americana*). Selama ini, pemanfaatan buah alpukat oleh masyarakat Desa Bebidas sebagian besar hanya terbatas pada konsumsi daging buahnya saja, baik dipasarkan dalam bentuk buah segar maupun diolah menjadi hidangan dan minuman tradisional. Potensi panen alpukat yang tinggi ini memberikan peluang besar bagi peningkatan perekonomian lokal, namun di sisi lain juga menyisakan persoalan baru terkait pengelolaan limbah organik pascapanen yang belum dimanfaatkan secara optimal oleh warga setempat (Payumi et al., 2025).

Limbah biji alpukat sering kali terabaikan dan hanya dibuang sebagai sampah rumah tangga atau limbah pasar tanpa memiliki nilai ekonomis. Padahal, berdasarkan berbagai riset ilmiah, biji alpukat kaya akan senyawa bioaktif seperti antioksidan, polifenol, flavonoid, dan saponin yang

bermanfaat bagi kesehatan tubuh, di antaranya untuk mengontrol gula darah dan menurunkan kolesterol (Novitasari, 2020). Menyadari potensi farmakologis dan ekonomis tersebut, sebagian masyarakat Desa Bebidas mulai berinovasi mengolah limbah biji alpukat menjadi produk minuman herbal berupa teh seduh, sebagai langkah awal penerapan prinsip *zero waste* sekaligus membuka peluang diversifikasi produk unggulan desa.

Meskipun inovasi pengolahan teh olahan biji alpukat telah mulai diinisiasi dalam skala rumahan, masyarakat Desa Bebidas masih menghadapi kendala krusial dalam aspek pengemasan (*packaging*) dan pemasaran. Produk teh yang dihasilkan umumnya masih dikemas secara sederhana menggunakan plastik konvensional tanpa label yang informatif, desain visual yang menarik, maupun standar sanitasi yang mampu menjaga ketahanan aroma dan kualitas produk. Kondisi ini berpotensi menyebabkan teh olahan biji alpukat dari Desa Bebidas memiliki daya saing yang rendah di pasaran, sulit menembus pasar ritel yang lebih modern, dan hanya diperjualbelikan di lingkup lokal dengan harga yang relatif murah (Ardene et al., 2026).

Dalam ekosistem bisnis modern dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), pengemasan dan strategi pemasaran merupakan dua elemen vital yang menentukan kesuksesan komersialisasi suatu produk. Pengemasan yang memenuhi standar estetika dan keamanan pangan *(food grade*) tidak hanya berfungsi melindungi kualitas fisik produk, melainkan juga menjadi identitas merek (*branding*) yang membangun kepercayaan konsumen. Selain itu, optimalisasi strategi pemasaran yang memadukan metode konvensional dengan pemasaran digital (*digital marketing*) sangat diperlukan untuk memperluas jangkauan distribusi produk ke luar daerah, sehingga mampu mendongkrak volume penjualan secara signifikan (Legowo et al., 2017).

Menjawab tantangan serta urgensi tersebut, Tim Kuliah Kerja Nyata (KKN) Desa Bebidas 2 Tahun 2025 hadir memberikan kontribusi nyata melalui program pengabdian kepada masyarakat. Intervensi yang dilakukan difokuskan pada kegiatan "Pelatihan Pengemasan dan Pemasaran Teh Olahan Biji Alpukat" sebagai upaya konkret pemberdayaan ekonomi masyarakat. Program pelatihan ini dirancang secara komprehensif, mencakup edukasi mengenai pemilihan material kemasan berstandar, pendampingan pembuatan desain label yang memuat informasi produk dan legalitas usaha, hingga pelatihan teknik foto produk serta pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai kanal pemasaran daring (Wijaya et al., 2021).

Melalui pelaksanaan program pengabdian oleh Tim KKN Desa Bebidas 2 Tahun 2025 ini, diharapkan masyarakat Desa Bebidas—khususnya kelompok ibu rumah tangga dan pelaku usaha rumahan—dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan aplikatif untuk menghasilkan produk teh olahan yang bernilai jual tinggi. Pemberdayaan masyarakat berbasis peningkatan kualitas pengemasan dan perluasan pemasaran ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan solusi terhadap pengelolaan limbah pertanian, tetapi juga diproyeksikan mampu menciptakan produk unggulan khas Desa Bebidas yang berkelanjutan serta meningkatkan taraf kemandirian ekonomi masyarakat setempat.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Januari 2026 yang bertempat di Dusun Jurang Koak, Desa Bebidas. Sasaran kegiatan ini melibatkan 30 peserta yang merupakan representasi dari dua elemen penggerak desa, yaitu anggota kelompok Karang Taruna dan ibu-ibu Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Dusun Jurang Koak. Pelaksanaan program dirancang melalui tahapan yang partisipatif dan sistematis, mencakup tahap persiapan, tahap pelaksanaan program inti, dan tahap pendampingan (Nurhaida et al., 2023). Pada tahap persiapan, Tim KKN Desa Bebidas 2 Tahun 2025 melakukan observasi lapangan dan *Focus Group Discussion* (FGD) bersama tokoh masyarakat serta calon peserta untuk memetakan sejauh mana pemahaman awal terkait pemanfaatan limbah biji alpukat, sekaligus menyepakati jadwal dan kebutuhan teknis pelaksanaan kegiatan agar tepat sasaran.

Tahap pelaksanaan program inti diterapkan menggunakan metode *Participatory Rural Appraisal* (PRA) yang memadukan penyuluhan teoritis, demonstrasi interaktif, dan praktik langsung (workshop). Penyuluhan difokuskan pada pengenalan teknik pengemasan (*packaging*) modern berstandar keamanan pangan serta strategi pemasaran digital (*digital marketing*) dan konvensional (Sulaeman et al., 2023). Selanjutnya, peserta dari Karang Taruna dan PKK dibagi ke dalam beberapa kelompok kecil untuk melakukan praktik langsung pengemasan produk teh olahan biji alpukat menggunakan kemasan *pouch berlabel estetis*, pembuatan akun *marketplace*, hingga teknik foto produk sederhana menggunakan telepon pintar.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kesinambungan Program Pemberdayaan dan Profil Peserta

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan pada bulan Januari 2026 ini merupakan kelanjutan integral dari program kerja sebelumnya, yakni Workshop Pertama: Pelatihan Pengolahan Biji Alpukat Menjadi Teh Herbal yang juga diinisiasi oleh Tim KKN Desa Bebidas 2 Tahun 2025. Pada workshop pertama, masyarakat Dusun Jurang Koak telah dibekali pengetahuan dan keterampilan teknis mengenai cara memproses limbah biji alpukat—mulai dari proses pencucian, pengirisan, pengeringan higienis, hingga penyangraian (*roasting*) dan penghalusan menjadi serbuk teh herbal yang siap seduh. Meskipun *workshop* pertama berhasil menciptakan produk teh herbal yang meyakinkan, hasil evaluasi tim pengabdi menunjukkan bahwa produk tersebut belum siap dikomersialkan karena masih dikemas secara sederhana tanpa identitas merek, serta belum adanya pemahaman masyarakat mengenai manajemen pemasaran (Ardene et al., 2026).

Oleh karena itu, kegiatan kedua ini diselenggarakan sebagai langkah strategis untuk menyempurnakan siklus pemberdayaan masyarakat dari tahap produksi menuju tahap komersialisasi. Kegiatan ini diikuti oleh 30 peserta yang terdiri dari kolaborasi dua kelompok strategis di Dusun Jurang Koak, yaitu kelompok Karang Taruna dan ibu-ibu PKK. Pelibatan kedua kelompok ini didasarkan pada pembagian peran yang komplementer; ibu-ibu PKK memiliki keunggulan dalam ketelatenan proses pengolahan dan pengemasan produk, sementara pemuda Karang Taruna memiliki adaptabilitas yang tinggi terhadap teknologi informasi untuk pengoperasian pemasaran digital (*digital marketing*).

Pelatihan Pengemasan (Packaging) Produk Teh Herbal Biji Alpukat

Pada sesi pelatihan pengemasan, tim pengabdi memaparkan pentingnya beralih dari kemasan plastik bening konvensional ke kemasan yang memenuhi standar estetika dan keamanan pangan (*food grade*). Dalam kegiatan praktik langsung (workshop), peserta dipandu untuk menggunakan kemasan berjenis standing pouch *full foil* dan *ecopack window* yang dilengkapi dengan fitur *ziplock*. Pemilihan material ini diinformasikan kepada peserta sebagai upaya teknis untuk menjaga kelembapan, melindungi serbuk teh dari paparan sinar matahari langsung, serta memperpanjang umur simpan (*shelf life*) produk teh olahan biji alpukat yang telah dihasilkan pada pelatihan pertama (Yuliati & Hadiyati, 2018).

Gambar 1. Penyampaian Materi oleh Tim KKN Unram Kelompok Bebidas 2

Selain aspek material kemasan, peserta juga dilatih dalam perancangan identitas visual merek (branding). Tim KKN mendampingi peserta dalam merancang dan mengaplikasikan label kemasan yang informatif. Label yang didesain memuat elemen-elemen krusial suatu produk, meliputi nama produk (Teh Herbal Biji Alpukat Bebidas), logo identitas, komposisi bahan, berat bersih (*netto*), tanggal kedaluwarsa, serta petunjuk cara penyajian. Dari hasil praktik, kelompok ibu-ibu PKK menunjukkan peningkatan keterampilan yang signifikan dalam melakukan penimbangan dosis yang pas dan pengemasan yang rapi, sehingga produk teh olahan biji alpukat kini memiliki tampilan visual yang premium dan berdaya saing tinggi (Permatasari et al., 2023).

Pelatihan Strategi Pemasaran dan Optimalisasi Media Digital

Sesi selanjutnya berfokus pada strategi pemasaran untuk memperluas jangkauan distribusi produk teh herbal biji alpukat yang kini telah dikemas secara profesional. Materi pemasaran dibagi menjadi dua pendekatan, yakni pemasaran konvensional (*offline*) dan pemasaran digital (*online*). Untuk pemasaran konvensional, peserta diberikan strategi penentuan harga pokok produksi (HPP) dan teknik negosiasi agar produk dapat dititipkan (konsinyasi) di warung-warung lokal Desa Bebidas, pusat oleh-oleh di kawasan wisata setempat, serta koperasi desa (Wijoyo et al., 2021).

Gambar 2. Peserta Ibu-Ibu PKK Jurang Koak

Pada sesi pemasaran digital, peran pemuda Karang Taruna sangat menonjol. Tim KKN memberikan pelatihan teknis mulai dari fotografi produk berbasis telepon pintar (*smartphone photography*) dengan memanfaatkan pencahayaan alami dan properti sederhana untuk menghasilkan katalog visual yang menarik. Selanjutnya, peserta dipandu untuk membuat dan mengelola akun pemasaran digital, seperti *WhatsApp Business*, katalog produk di media sosial *(Instagram* dan *Facebook*), serta pengenalan registrasi toko di marketplace (seperti *Shopee*) (Supardi et al., 2023). Pemuda Karang Taruna dibekali strategi penulisan deskripsi produk (*copywriting*) yang menonjolkan khasiat kesehatan dari teh biji alpukat—seperti kaya antioksidan dan membantu menjaga metabolisme tubuh—sebagai nilai jual utama (*unique selling point*) untuk menarik minat konsumen modern.

Gambar 3. Keterlibatan Aktif Karang Taruna Dusun Jurang Koak

Evaluasi Kegiatan dan Dampak Terhadap Pemberdayaan Masyarakat

Keberhasilan kegiatan pengabdian ini diukur melalui instrumen evaluasi berupa pre-test dan post-test yang diberikan kepada 30 peserta sebelum dan sesudah pelatihan berlangsung. Hasil analisis evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman kognitif dan keterampilan praktis peserta yang signifikan. Sebelum pelatihan, hanya sekitar 20% peserta yang memahami standar pengemasan produk pangan dan strategi pemasaran daring. Setelah serangkaian penyuluhan dan praktik pendampingan selesai dilaksanakan, tingkat pemahaman dan keterampilan peserta melonjak hingga mencapai 85%.

Secara keseluruhan, integrasi antara Workshop Pertama (Pengolahan) dan Workshop Kedua (Pengemasan dan Pemasaran) oleh Tim KKN Desa Bebidas 2 Tahun 2025 telah berhasil membentuk ekosistem wirausaha baru di Dusun Jurang Koak. Sinergitas antara kelompok PKK dan Karang Taruna mampu mengubah status limbah biji alpukat yang semula tidak bernilai menjadi produk olahan herbal yang bernilai ekonomi tinggi. Dampak jangka panjang dari kegiatan pengabdian ini adalah rintisan kemandirian ekonomi warga melalui lahirnya produk unggulan khas Desa Bebidas yang siap bersaing di pasar lokal maupun nasional, sekaligus mendukung gerakan peduli lingkungan berbasis penerapan *zero waste agriculture*.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini didukung oleh beberapa faktor kunci yang memperlancar kelangsungan kegiatan sejak tahap perencanaan hingga evaluasi. Faktor pendukung utama adalah melimpahnya ketersediaan bahan baku limbah biji alpukat di Desa Bebidas, sehingga masyarakat tidak mengalami kesulitan dalam keberlanjutan proses produksi teh herbal. Selain itu, terdapat antusiasme serta partisipasi aktif dari 30 peserta yang terdiri atas kelompok ibu-ibu PKK dan pemuda Karang Taruna Dusun Jurang Koak. Sinergi antara ketelatenan kelompok PKK dalam proses produksi dengan literasi digital yang dimiliki oleh pemuda Karang Taruna menciptakan kolaborasi yang harmonis dalam pengemasan dan pemasaran. Faktor pendukung lainnya adalah adanya dukungan penuh dari pemerintah desa serta keberhasilan integrasi materi dari workshop pertama (pengolahan), yang membuat peserta telah memiliki landasan pemahaman produk yang kuat sebelum memasuki tahap pengemasan dan komersialisasi.

Meskipun demikian, dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini tim pengabdi dan peserta juga menghadapi beberapa faktor penghambat yang menjadi tantangan teknis di lapangan. Kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan akses jaringan internet (sinyal komunikasi) yang belum sepenuhnya stabil di beberapa area Dusun Jurang Koak, sehingga sempat menghambat kelancaran praktik pemasaran digital, terutama pada saat pendaftaran akun marketplace dan pengunggahan katalog foto produk secara daring. Selain itu, penghambat lainnya adalah masih terbatasnya pemahaman dan kesiapan masyarakat terkait manajemen

bisnis lanjutan, seperti perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) yang akurat dan prosedur birokrasi pengurusan legalitas izin edar resmi (seperti P-IRT dan sertifikasi Halal) yang membutuhkan standar permodalan serta fasilitas pendukung yang lebih kompleks. Namun, berbagai tantangan tersebut dapat diminimalisasi melalui pendampingan intensif oleh Tim KKN secara berkelanjutan secara offline serta penyederhanaan modul pelatihan agar mudah diaplikasikan oleh warga.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan oleh Tim KKN Desa Bebidas 2 Tahun 2025 pada bulan Januari 2026 di Dusun Jurang Koak telah berhasil menjadi kelanjutan yang komprehensif dari program pelatihan pengolahan limbah biji alpukat sebelumnya. Melalui pelibatan 30 peserta yang bersinergi antara kelompok ibu-ibu PKK dan Karang Taruna, program ini menjawab kendala utama dalam tahap komersialisasi melalui intervensi pelatihan pengemasan (packaging) berstandar keamanan pangan (food grade) serta optimalisasi strategi pemasaran konvensional dan digital (digital marketing). Kolaborasi strategis dari kedua kelompok sasaran terbukti sangat efektif, di mana ketelatenan proses pengemasan oleh ibu-ibu PKK dipadukan dengan adaptasi teknologi pemasaran daring oleh pemuda Karang Taruna, sehingga mampu mengangkat nilai produk teh herbal biji alpukat dari sekadar olahan rumahan sederhana menjadi produk beridentitas visual premium yang siap bersaing di pasar modern.

Keberhasilan implementasi program ini dibuktikan dengan adanya peningkatan signifikansi pemahaman kognitif dan keterampilan praktis peserta yang melonjak dari 20% menjadi 85% pascapelatihan, meliputi penguasaan teknik kemasan higienis, perancangan identitas merek (branding), fotografi produk, dan pemanfaatan marketplace. Secara keseluruhan, rangkaian integrasi pelatihan pengolahan, pengemasan, hingga pemasaran ini tidak hanya memberikan solusi lingkungan atas pengelolaan limbah pertanian berbasis prinsip zero waste, melainkan juga berhasil meletakkan pondasi kemandirian ekonomi bagi masyarakat Desa Bebidas. Sebagai langkah keberlanjutan, disarankan adanya pendampingan lanjutan terkait pengurusan legalitas formal usaha seperti perizinan P-IRT dan sertifikasi Halal, serta pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUB) agar produksi dan distribusi produk unggulan khas Desa Bebidas ini dapat terus berkembang secara mandiri dan berkelanjutan.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Mataram melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Bebidas, Kecamatan Wanasaba, Kabupaten Lombok Timur, serta seluruh masyarakat yang telah berpartisipasi aktif dan mendukung kegiatan pelatihan pengemasan dan pemasaran teh olahan biji alpukat. Apresiasi turut diberikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi, baik dalam bentuk dukungan moril, teknis, maupun nonteknis, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat desa.

DAFTAR RUJUKAN

Ardene, M. T., Aini, N., Abdilah, A., Al Jufri, A. R. M., Satriani, A. Z., Anggriani, D., ... & Setiawan, H. (2026). Inovasi Pengolahan Limbah Biji Alpukat Menjadi Produk Teh Herbal Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Desa di Desa Bebidas Lombok Timur. Dalam prosiding *Seminar Nasional Gelar Wicara Universitas Mataram Tahun 2026, "Desa Berdaya, Program Berdampak: KKN-PMD dengan Pilar Empathy dan Curiosity"* (570-574), diakses melalui (https://proceeding.unram.ac.id/index.php/wicara/article/view/3757/1294).

Legowo, H., Wulandari, R., & Oktyawati, D. (2017). Pelatihan pengemasan produk wingko ungu hasil produksi kelompok usaha wingko ungu desa Banjararum, kecamatan Kalibawang, kabupaten Kulon Progo. *Jurnal Pengabdian dan Pengembangan Masyarakat*, *1*(2), 91-96.

Novitasari, R. (2020). Studi pengolahan serbuk biji buah pokat (Persea americana Mill) dengan varians rasa dari teh celup berbagai merk dalam pembuatan minuman herbal kemasan botolan. *Jurnal Teknologi Pertanian*, *9*(1), 6-13.

Nurhaida, D., Busnetty, I., Tambunan, T. T. H., & Munawar, M. A. (2023). Pemberdayaan kelompok ibu PKK melalui pelatihan olahan pangan lidah buaya dengan metode Participatory Rural Appraisal. *Buletin Udayana Mengabdi*, *22*(4), 235.

Payumi, E. T., Ayuliana, R. N., Nurmayani, Y., Mahyuni, A., Lestari, N., Pratama, D. A., ... & Pratama, F. A. (2025). Inovasi Olahan Biji Alpukat Menjadi Teh Sebagai peluang Peningkatan Ekonomi di Desa Wisata Sembalun. *Jurnal Wicara Desa*, *3*(1), 42-50.

Permatasari, I., Sartika, D., Saluza, I., & Roswaty, R. (2023). Strategi Produk Dengan Pelatihan Pengemasan Produk Pada Kelompok Usaha Keripik Singkong Rk. *Jurnal Abdimas Mandiri*, *7*(1), 1-6.

Sulaeman, A., Bramasta, D., & Makhrus, M. (2023). Pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan participatory rural appraisal (PRA). *Jurnal Literasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, *2*(2), 87-96.

Supardi, S., Sriyono, S., & Hermawan, S. (2023). Pendampingan strategi UMKM di era digital melalui pencatatan keuangan, penghitungan harga pokok produksi dan manajemen pemasaran untuk dapat naik kelas: MSME strategy assistance in the digital era through financial recording, calculation of cost of production and marketing management to get upgrading. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, *8*(6), 968-979.

Wijaya, A. L., Fauziah, M. N., & Pangastuti, P. K. (2021). Pelatihan Pengemasan Produk dan Pengelolaan Akun Marketplace pada Usaha Mikro â€ Namidaâ€ Masker Magetan. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *2*(3), 150-154.

Wijoyo, H., Ariyanto, A., Wongso, F., & Indrawan, I. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi. *Insan Cendekia Mandiri*, *1*(1), 1-19.

Yuliati, Y., & Hadiyati, R. (2018). Pelatihan pengemasan produk. *Monsu'ani Tano Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *1*(2), 11-14.