

## **PERANCANGAN DESAIN KEMASAN KUMBU MAKANAN KHAS PALEMBANG**

**Didiek Prasetya<sup>1)</sup>, Destia Nur Anita<sup>2)</sup>, Siddiq Rahmanto<sup>3)</sup>**

*<sup>1), 2), 3)</sup> Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech  
Jl. Basuki Rahmat No. 05, Palembang 30129, Sumatera Selatan*

*Email [didiekprasetya82@gmail.com](mailto:didiekprasetya82@gmail.com)<sup>1)</sup>, [destiadna15@gmail.com](mailto:destiadna15@gmail.com)<sup>2)</sup>, [siddiq98rahmanto@gmail.com](mailto:siddiq98rahmanto@gmail.com)<sup>3)</sup>*

### **ABSTRACT**

*Packaging is a design made to protect a product by paying attention to shape, color, material and design elements so that the packaging becomes more attractive. Red Bean Kumbu is a typical Palembang food which is still made traditionally and passed down from generation to generation with ingredients such as red beans, coconut and sugar. The purpose of this research is to make the packaging design of kumbu more attractive and also to introduce more kumbu to the wider community that there is Palembang's special food, namely red bean kumbu. The design method used is the Chuck Groth design method, namely determining problems and solutions, determining hierarchies, making thumbnail sketches, mapping, applying design templates, and making mock ups, with the resulting rectangular packaging following the original Kumbu shape.*

*Keywords: Packaging, Kumbu, Palembang*

### **ABSTRAK**

Kemasan merupakan rancangan yang dibuat untuk melindungi suatu produk dengan memperhatikan bentuk, warna, material maupun elemen-elemen desain agar kemasan menjadi lebih menarik. Kumbu Kacang Merah merupakan makanan khas Palembang yang masih di buat dengan tradisional dan turun temurun dengan bahan seperti kacang merah, kelapa, dan gula. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat desain kemasan kumbu menjadi lebih menarik dan juga lebih banyak memperkenalkan kumbu kepada masyarakat lebih luas bahwa adanya makanan khas Palembang yaitu kumbu kacang merah. Metode perancangan yang digunakan adalah metode perancangan Chuck Groth yaitu menentukan masalah dan solusi, menentukan hirarki, membuat sketsa *thumbnail*, pemetaan, mengaplikasikan desain *template*, dan membuat mock up, dengan hasil kemasan berbentuk persegi panjang yang mengikuti bentuk kumbu aslinya.

Kata Kunci : Kemasan, Kumbu, Palembang

### **1. Pendahuluan**

Sumatera Selatan merupakan salah satu provinsi bagian dari Pulau Sumatera khusus nya kota Palembang yang memiliki banyak sekali ragam kuliner nya. Salah satu nya yang sangat terkenal yaitu Pempek. Tetapi, ada juga makanan khas Palembang yang sudah hampir langka seperti Gulo Puan, Gelenak, Telok Ukan, dan juga Kumbu Kacang Merah.

Kumbu Kacang Merah merupakan makanan khas Palembang yang masih di buat secara tradisional dan turun temurun. Kumbu diolah menggunakan bahan-bahan seperti kacang merah, kelapa, dan gula yang diaduk menjadi satu lalu dicetak. Proses pembuatan Kumbu Kacang Merah juga memakan waktu yang cukup lama karena pembuatan kumbu masih menggunakan metode yang sangat tradisional dan masih menggunakan alat seadanya.

Pada zaman sekarang kumbu kacang merah sudah sangat jarang ditemui alasan nya karena kumbu masih di produksi di rumah dan pembuatan kumbu hanya pada saat ada pesanan saja dan hanya di titip ke warung-warung di

sekitar lokasi pembuatan sehingga kumbu hanya bisa ditemui di tempat-tempat tertentu seperti pasar tradisional. Oleh sebab itu, perlunya untuk meluaskan pasar penjualan kumbu kacang merah dengan menciptakan kemasan yang memiliki identitas dan aman agar penjualan kumbu makin meluas dan tidak terjadi klaim produk terhadap pasar lain.

Menurut Widiati (2020 : 70) peran kemasan pada produk adalah sebagai wadah yang memungkinkan diangkutnya suatu produk atau barang dari satu tempat ketempat yang lain atau dari produsen ke konsumen, melindungi produk yang dikemas dari pengaruh cuaca, benturan, tumpukan dan memberikan informasi, brand image dan sebagai media promosi dengan pertimbangan mudah dilihat, dipahami serta diingat. Kemasan pada kumbu kacang merah ini kurang memiliki daya tarik karena hanya menggunakan mika transparan tanpa ada identitas apapun mengenai kumbu kacang merah. Sehingga masyarakat khusus nya kota Palembang banyak yang tidak tahu makanan kumbu kacang merah karena tidak ada identitas produk dan juga kemasan kurang menarik. Kekurangan kemasan kumbu menggunakan mika transparan adalah jika kumbu kacang merah terkena

matahari secara langsung maka kumbu akan cepat basi karena kemasan mika akan uap air dari kemasan mika tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis akan membuat rancangan Kemasan Kumbu Makanan Khas Palembang. Desain kemasan nantinya dibuat bertujuan untuk memberikan identitas pemilik usaha kumbu kacang merah agar lebih dikenal masyarakat luas juga dapat memberikan daya tarik untuk masyarakat agar lebih mengenal kumbu kacang merah. Selain itu juga, kemasan kumbu yang baru akan memberikan keamanan karena pada kemasan sebelumnya yaitu menggunakan mika transparan dapat menyebabkan kumbu cepat basi jika terkena matahari secara langsung.

## **2. Pembahasan**

### **A. Metode**

Data yang digunakan penulis untuk melakukan penelitian langsung ada adalah data primer dan data sekunder. Data primer berupa: wawancara, observasi dan kuesioner, sedangkan data sekunder berupa, studi pustaka.

#### **1) Wawancara**

Menurut (Bastian et al., 2018 : 1) wawancara adalah metode yang digunakan untuk mencari data primer dan merupakan metode yang banyak dipakai dalam penelitian interpretif maupun penelitian kritis. Wawancara dilakukan ketika peneliti ingin menggali lebih dalam mengenai sikap, keyakinan, perilaku atau pengalaman dari responden.

#### **2) Observasi**

Menurut (Syamsudin, 2015 : 404) observasi adalah cara mengumpulkan data melalui interaksi langsung dengan orang yang diamati dan pengamat harus menyaksikan secara langsung semua peristiwa yang sedang diamati. Penulis melakukan pengamatan dan pencatatan secara langsung proses pembuatan kumbu kacang merah untuk memperoleh data. Observasi dilakukan secara langsung yang berada di Jalan Mayjen HM Ryacudu Lorong Al-Kautsar 7 Ulu Kota Palembang.

#### **3) Kuesioner**

Metode ini dilakukan dengan cara membuat *google form* yang dibagikan melalui media sosial. Berupa pertanyaan terkait kumbu makanan khas Palembang, berikut hasil dari pengumpulan data melalui kuesioner

#### **4) Studi Pustaka**

Penulis melakukan studi kepustakaan dengan mengutip teori-teori dari pendapat para ahli dan informasi yang diambil dari buku, jurnal dan website dengan tujuan membahas masalah terkait penelitian yang sedang dikerjakan ini.

##### **a. Desain Komunikasi Visual**

Desain komunikasi visual adalah perancangan informasi-informasi dengan berkomunikasi secara visual seperti tanda-tanda dan rambu-rambu lalu lintas, poster-poster promosi tentang restoran, hotel dan lain sebagainya, semua dapat memberikan informasi kepada pengamatnya yang terdiri dari berbagai kelompok usia dan berasal dari berbagai kalangan dan golongan.

##### **b. Produk**

Produk adalah segala sesuatu yang baik berwujud barang atau jasa yang digunakan untuk memuaskan konsumen, dimana tiap barang atau jasa tersebut memiliki manfaat yang berbeda (Tjiptono, 2016 : 21). Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang diciptakan oleh produsen untuk memenuhi kebutuhan pasar, produk bisa berupa barang atau jasa.

##### **c. Kemasan**

Kemasan merupakan rancangan yang dibuat untuk melindungi suatu produk dengan memperhatikan bentuk, warna, material maupun elemen-elemen desain agar kemasan menjadi lebih menarik. Fungsi utama dari kemasan ialah agar dapat melindungi produk tetap terjaga kualitasnya.

Kemasan juga dapat dikelompokkan dalam beberapa kategori. Menurut Widiati (2020 : 71) ada beberapa jenis kemasan, yaitu :

##### **1) Kemasan Primer**

Kemasan primer adalah kemasan yang langsung berhubungan/bersentuhan dengan produk, biasanya ukuran relatif kecil dan disebut juga kemasan eceran. Sebagai contoh kemasan makanan ringan/snack, kemasan sachet untuk sampo, deterjen, kecap, saos, tomat, mie instant, gelas plastik dan lain-lain.

##### **2) Kemasan Sekunder**

Kemasan sekunder adalah kemasan kedua yang isinya sejumlah kemasan sekunder. Jenis kemasan ini tidak langsung berhubungan/kontak dengan produk yang dikemas. Sebagai contoh kemasan karton/kardus mie instant, kemasan karton/kardus air minum dalam kemasan dan lain-lain.

##### **3) Kemasan Tersier**

Kemasan tersier adalah kemasan ketiga yang isinya sejumlah kemasan sekunder. Kemasan ini fungsinya untuk pengiriman lokal, antar pulau atau antar negara. Memiliki syarat tahan benturan, tahan cuaca dan berkapasitas besar. Sebagai contoh kotak karton bergelombang dan container.

##### **d. Desain Grafis**

Desain grafis merupakan sebuah rancangan yang bertujuan untuk memecahkan masalah komunikasi dengan mengkombinasikan elemen grafis seperti bentuk, garis, warna dan tipografi. Fungsi utama dari desain grafis ini ialah menciptakan visual yang diharapkan dapat menyampaikan informasi atau pesan secara jelas dan efektif dalam sebuah permasalahan. Jadi pada dasarnya desain grafis adalah suatu media untuk menyampaikan informasi melalui bahasa komunikasi visual dalam wujud dwimatra ataupun trimatra yang melibatkan kaidah-kaidah estetika (Dewojati, 2015 : 176).

##### **e. Warna**

Warna adalah estetika yang penting, karena melalui warna itulah kita dapat membedakan secara jelas keindahan suatu objek. Warna dapat didefinisikan secara subjektif/psikologis yang merupakan pemahaman langsung oleh pengalaman indera penglihatan kita dan secara objektif/fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan (Meilani, 2020 : 327).

f. Bentuk

Bentuk adalah elemen dasar desain yang menentukan area ruang tertentu. Bentuk dibangun oleh garis-garis, terdapat tiga bentuk dasar yaitu persegi, lingkaran dan segitiga. Tiga bentuk dasar memiliki makna sendiri, seperti persegi memproyeksikan sikap kejujuran dan kesetaraan, segitiga bermakna salah satu dari konflik atau tindakan sedangkan lingkaran memiliki makna perasaan perlindungan dan ketidakterbatasan (Januariyansah, 2018 : 6).

g. Merk atau Logo

Logo merupakan sebuah elemen grafis yang melambangkan suatu organisasi/perusahaan, produk atau layanan. Logo secara bahasa adalah suatu huruf atau gambar yang mengandung makna. Logo sebagai media dalam penyampaian identitas (Haeril et al., 2021 : 32).

h. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan bentuk visual dari teks ataupun kalimat. Kehadiran ilustrasi dalam cerita menyebabkan teks akan terbaca secara berkala lalu perhatian akan terarahkan ke ilustrasi (membaca non-verbal) pada saat yang sama mencoba menemukan hubungan antara teks dan ilustrasi, selama proses ini kedua belahan otak terlibat menyimpan memori yang lebih dalam terhadap informasi yang baru masuk (Risnawati et al., 2020 : 53).

i. Layout

Layout merupakan usaha untuk menyusun, menata, atau memadukan elemen-elemen atau unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, *table* dan lain-lain) menjadikan komunikasi visual yang komunikatif, estetik dan menarik

j. Tipografi

Tipografi merupakan salah satu elemen yang penting dalam suatu ilustrasi sebuah novel, surat kabar, komik dan lain-lain. Tipografi memiliki fungsi yang lain, yaitu memberikan informasi pada pembaca itu sendiri. Tipografi pada layout diantaranya adalah pemilihan bentuk huruf yang sesuai, ukuran huruf yang sesuai dan juga menentukan *letter spacing* dan *word spacing*, tujuannya adalah agar pembaca dapat menangkap apa yang ingin disampaikan dalam buku atau bacaan yang dibaca. Salah satu bentuk tipografi yang dapat membantu pembaca untuk mengerti dan memahami isi bacaan adalah ukuran huruf dan jenis huruf (Langga et al., 2021 : 564).

**B. Teknik Perancangan**

Teknik Perancangan Desain Komunikasi Visual memiliki beberapa konsep perancangan sebagai acuan dalam desain yang akan dibuat, diantaranya konsep visual, konsep huruf dan konsep warna.

**1. Konsep Visual**

**a. Konsep Kemasan**

Kemasan yang akan dibuat penulis yang berbentuk persegi panjang, karena mengikuti bentuk kumbunya. Pada bagian sisi kanan dan kiri kemasan bisa dibuka seperti layaknya meja yang siap menyajikan makanan. Pada bagian dalam kemasan berbentuk persegi panjang dengan isi 24 kumbu di dalamnya.

**b. Ilustrasi**

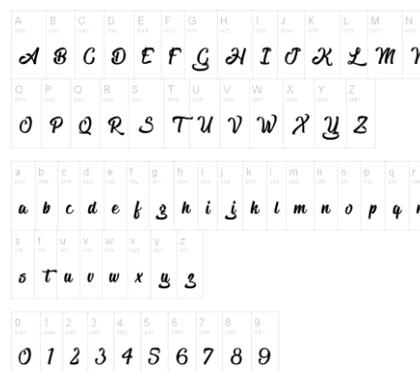
Konsep ilustrasi penulis menggunakan gambar jenis vector. Gambar jenis vector terdiri dari ilustrasi vector kacang merah sebagai bahan utama kumbu dan ditambah dengan foto produk kumbu dengan tampilan menempel dengan ilustrasi kacang merah.

**c. Konsep Huruf**

Konsep huruf penulis pada kemasan kumbu menggunakan 2 jenis font yaitu *The Blacklist* dan *Grobold*.

**1. The Blacklist**

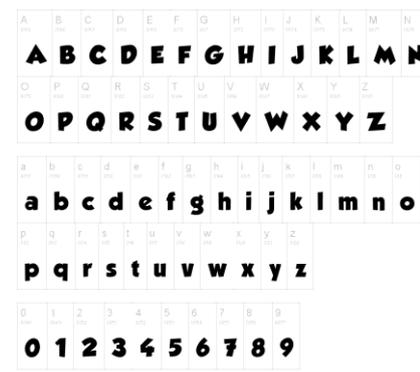
Huruf *The Blacklist* akan digunakan untuk nama kemasan karena jenis font script ini menggambarkan sesuatu yang elegan, natural dan personal.



Gambar 1. Huruf The Blacklist

**2. Grobold**

Penulis menggunakan huruf *Grobold* sebagai huruf yang digunakan untuk slogan serta keterangan produk seperti, komposisi, bahan dan alamat karena sifatnya yang mudah dibaca.



Gambar 2. Huruf Grobold

**d. Konsep Warna**

Menurut Dewi et al., (2020 : 11) warna adalah titik pertama dalam mengidentifikasi suatu merek. Warna berperan penting di segala aspek kehidupan manusia seperti untuk mengenali objek, sebagai identitas, tanda pengenal, pembeda, untuk mengkomunikasikan pesan atau informasi, untuk mengukur dan untuk membangkitkan perasaan.

Ada beberapa jenis warna yang dominan dalam identitas visual ini, yaitu menggunakan warna merah, yang merupakan warna dasar dari kacang merah sebagai bahan utama dari kumbu, warna merah melambangkan rasa manis, serta memberikan efek gairah dan meningkatkan nafsu makan. Warna kuning melambangkan kehangatan, dimana dalam proses membuatnya dengan cara di gongseng jadi penulis memutuskan menggunakan warna tersebut, selain itu warna kuning juga dapat menarik perhatian lebih bagi para konsumen.



Gambar 3. Warna Merah dan Kuning

#### e. Perancangan

Pada metode pengembangan desain kemasan ini penulis menggunakan metode perancangan Chuck Groth dalam Aji, P., & Purba, D. (2021 : 13). Pada metode perancangan mengambil contoh proses desain kemasan Chuck Groth dengan studi kasus “(Baking Mix) Quick & Eeasy to make Blueberry Muffins”. Metode perancangan Chuck Groth yaitu menentukan masalah dan solusi, menentukan hirarki, membuat sketsa *thumbnail*, pemetaan, mengaplikasikan desain template, dan membuat *mock up*.

Berikut ini tahapan perancangan kemasan kumbu yang menggunakan metode proses desain kemasan Chuck Groth :

Membuat sketsa alternatif dan dipilihlah sketsa kemasan sekunder yang akan di aplikasikan ke dalam bentuk digital dengan menggunakan Software Adobe Illustrator.

Setelah membuat sketsa alternatif dan dipilihlah sketsa kemasan yang akan di aplikasikan ke dalam bentuk digital dengan menggunakan Software Adobe Illustrator

Setelah itu penulis menambahkan list elemen seperti nama produk, nama perusahaan, ilustrasi vector dan foto, slogan, bahan, alamat perusahaan, berat bersih, icon dan barcode serta menambahkan warna sesuai dengan yang telah di tentukan kedalam bentuk digital. Menurut Dewi et al., (2020 : 11) warna adalah titik pertama dalam mengidentifikasi suatu merek.

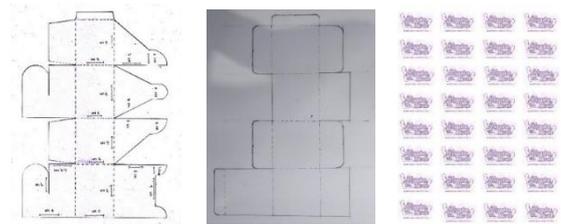
Setelah desain dan *mock up* selesai, selanjutnya penulis mencetak kemasan telah selesai di *mock up*. Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan (Mardatih, 2016 : 31).

Setelah itu, penulis mencetak hasil *mockup* yang dibuat dengan meletakkan desain logo kemasan kumbu ke dalam mug, t-shirt dan *totebag*

### 3. HASIL

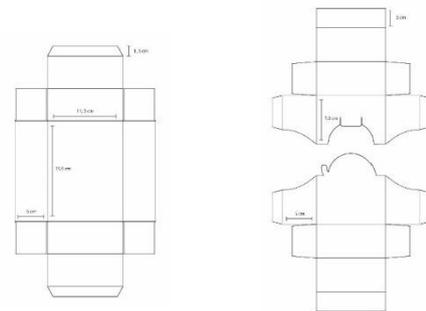
Berikut ini tahapan perancangan kemasan kumbu yang baru menggunakan metode proses desain kemasan Chuck Groth :

1. Pada tahap pertama penulis membuat sketsa alternatif kemasan primer, sekunder serta sketsa vector kacang merah.



Gambar 4. Sketsa Alternatif Kemasan Primer

2. Setelah membuat sketsa alternatif dan dipilihlah sketsa kemasan sekunder yang akan di aplikasikan ke dalam bentuk digital dengan menggunakan Software Adobe Illustrator.



Gambar . Layout Kemasan Dalam Bentuk Digital

3. Setelah itu penulis menambahkan list elemen seperti nama produk, nama perusahaan, ilustrasi vector dan foto, slogan, bahan, alamat perusahaan, berat bersih, icon dan barcode serta menambahkan warna sesuai dengan yang telah di tentukan kedalam bentuk digital.



Gambar 6. *Layout* Dalam Bentuk Digital

Pada tampilan depan kemasan setelah dibuka, penulis membuat logo timbul dari kemasan fungsinya selain terlihat menarik setelah dibuka juga dapat sebagai pengunci kemasan. Sedangkan tampilan belakang kemasan setelah dibuka, bagian abu abu dipotong menyesuaikan bentuk dari tampilan kemasan depan untuk mengunci kemasan, serta dibuat *barcode* untuk mempermudah konsumen menghubungi dan memesan kumbu.



Gambar 7. Tampilan Kemasan Setelah di Buka



Gambar 8. Tampilan Kemasan Tertutup

Sedangkan pada kemasan primer penulis menggunakan artboard berukuran 27,1 cm x 24,2 cm menyesuaikan ukuran kertas minyak. Serta di export dengan format .Jpg skala 300 ppi sehingga setelah dicetak hasilnya tajam.

4. Setelah desain dan *mock up* selesai, selanjutnya penulis mencetak kemasan telah selesai di mock up. Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara

yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.

Setelah melakukan semua proses perancangan, penulis melakukan percobaan dengan membuat desain kemasan yang berukuran kecil, tujuannya jika nanti ada bentuk atau ukuran yang salah dapat diperbaiki sebelum di cetak banyak untuk ukuran sebenarnya. Agar kemasan tersebut bisa dibuat sesuai dengan konsep desain kemasan yang diinginkan. Berikut ini adalah gambar kemasan dengan ukuran kecil.



Gambar 9. Hasil Prototype Kemasan Kumbu

Selanjutnya, setelah adanya kemasan dengan ukuran kecil yang sudah pas dan sesuai dengan konsep. Untuk kemasan primer itu menggunakan kertas minyak dimana kertas tersebut dapat tahan panas serta higienis sedangkan kemasan sekunder dicetak dengan bahan konstruk 210 glossy yang diberikan laminasi tujuannya agar kemasan terlihat lebih elegan dan juga lebih awet. Berikut ini hasil dari kemasan yang sudah selesai dicetak.



Gambar 10. Kemasan Primer Yang Di Gunakan



Gambar 11. Hasil Kemasan Kumbu Saat Tertutup



Gambar 12. Hasil Tampilan Depan Kemasan Kumbu Saat Terbuka

Pada bagian hasil kemasan kumbu pada saat terbuka terdapat informasi gambar dengan bentuk 3 kacang merah yang memiliki arti kumbu yang dibuat menggunakan bahan pilihan karena bahan yang digunakan untuk proses pembuatan kumbu memiliki kualitas yang sangat baik. Lalu, ada juga desain berbentuk rumah disebelah bahan pilihan yang memiliki arti bahwa resep kumbu kacang merah ini merupakan resep warisan karena kumbu dibuat oleh keluarga secara turun temurun. Selanjutnya ada 5 bintang yang memiliki arti bawa kualitas kumbu yang dibuat terjamin, karena proses pembuatan kumbu masih terbilang tradisional tidak menggunakan bahan-bahan pengawet sehingga sangat baik untuk dikonsumsi baik anak-anak, orang dewasa maupun lanjut usia.



Gambar 13. Hasil Tampilan Belakang Kemasan Kumbu Saat Terbuka

Pada kemasan tampilan belakang kemasan saat terbuka terdapat logo instagram dan what'sapp diatas barcode berserta tulisan *follow me*, logo dan tulisan tersebut mengisyaratkan bahwa barcode tersebut mengarah ke media sosial untuk pemesanan kumbu tersebut serta mengajak untuk mengikutinya. Terdapat pula *icon recycle* dan *dustbin* ditampilkan belakang kemasan saat terbuka, *icon recycle* ini menunjukkan bahwa kemasannya dapat di daur ulang sedangkan *icon dustbin* untuk mengingatkan kita agar selalu menjaga kebersihan.

Sisa-sisa sampah pada kemasan dibuang pada tempat pembuangan sampah pada umumnya.

Setelah itu, penulis mencetak hasil *mock-up* yang dibuat dengan meletakkan desain logo kemasan kumbu ke dalam mug, t-shirt, totebag dan stiker. Berikut hasil cetak *mock-up* yang telah dibuat :



Gambar 14. Totebag Kemasan Kumbu



Gambar 15. T-shirt Kemasan Kumbu



Gambar 15. Mug Kemasan Kumbu

#### 4. Kesimpulan

Kemasan kumbu dapat dijadikan sebagai media promosi agar masyarakat dapat lebih tertarik membeli kumbu dengan desain kemasan yang baru dan dapat dijadikan oleh-oleh khas Palembang selain Pempek. Desain kemasan kumbu ini menampilkan hasil visual yang unik berupa bentuk persegi panjang dengan dua kotak persegi untuk sisi kanan dan kiri. Dengan memiliki konsep bisa dijadikan meja dengan tujuan untuk menyajikan makanan diatas meja dengan di atasnya

makanan kumbu. Dengan tujuan memberikan kemasan yang menarik untuk dilihat dan menarik untuk dibeli oleh masyarakat.

#### **Daftar Pustaka**

- Aji, P., & Purba, D. 2021. Perancangan Kemasan Kemplang Tunu (Laporan Tugas Akhir, Politeknik Palcomtech, Palembang).
- Bastian, I., Winardi, R. D., & Fatmawati, D. 2018. *Metoda Wawancara. Metoda Pengumpulan Dan Teknik Analisis Data*, September 2018.
- Dewi, C. M., Hairiza, A., & Limbong, E. G. 2020a. Warna sebagai Identitas Merek pada Kemasan Makanan Tradisional Kembang Goyang Khas Betawi. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 2(01), 9–13. <https://doi.org/10.30998/vh.v2i01.150>
- Haeril, F. K., Mercu, U., & Jakarta, B. 2021. Analisis Semiotika Logo Ortholinks. Pemenang Kontes Logo 99 Desain. 2(1), 31–40.
- Mardatilah, A. 2016. *Aplikasi Fotografi Dalam Rancangan Buku Katalog Wisata Kota Lama Semarang*. In Universitas Negeri Semarang. Universitas Negeri Semarang.
- Syamsudin, A. 2015. Pengembangan Instrumen Evaluasi Non Tes (Informal) untuk Menjaring Data Kualitatif Perkembangan Anak Usia Dini. *Jurnal Pendidikan Anak*, 3(1). <https://doi.org/10.21831/jpa.v3i1.2882>
- Widiati, A. 2020. Peranan Kemasan (*Packaging*) dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *Jaakfe untan Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura*, 8(2). <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>