

# TRANSFORMASI PRODUK LOKAL MELALUI DESAIN KEMASAN UPAYA MENINGKATKAN DAYA TARIK GULA CAIR TANGGULIH DI KAWASAN PARAWISATA BUKIT KEHI.

Siti Nur halizah<sup>1</sup>, Siska Wati<sup>2</sup>, Aizzatul adawiyah<sup>3</sup> Siti Holifah<sup>4</sup>  
KKN-T Posko 21 UIM 2025 Pamekasan  
[Nurhalizahzhaa@gmail.com](mailto:Nurhalizahzhaa@gmail.com)

## ABSTRAK

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan di Desa Kertagenah Daja, Kabupaten Pamekasan, bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah produk lokal Gula Cair Tanggulih melalui pengembangan desain kemasan yang menarik dan fungsional. Program ini dirancang secara partisipatif dengan melibatkan pelaku UMKM lokal dan masyarakat, serta memanfaatkan pendekatan survei, wawancara mendalam, FGD, pelatihan desain kemasan, hingga uji coba pasar kepada wisatawan di kawasan wisata Bukit Keki. Metode yang digunakan mencakup identifikasi kebutuhan, perancangan kemasan berbasis identitas local, serta evaluasi efektivitas kemasan baru terhadap minat beli konsumen. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa desain kemasan yang informatif dan estetis dapat meningkatkan daya tarik produk, memperluas jangkauan pemasaran, serta membuka peluang pengembangan ekonomi desa berbasis potensi lokal. Kegiatan ini menjadi langkah awal menuju pemberdayaan UMKM secara berkelanjutan di era pariwisata dan digitalisasi.

**Kata kunci:** Gula Cair Tanggulih, desain kemasan, UMKM, pemberdayaan masyarakat, produk lokal, pariwisata desa.

## 1. PENDAHULUAN

Produk lokal merupakan bagian penting dari identitas budaya dan ekonomi masyarakat suatu daerah (*IAIN Madura, 2021*). Di tengah perkembangan pariwisata yang pesat, khususnya di kawasan Bukit Keki yang mulai dikenal sebagai destinasi wisata unggulan, potensi produk lokal seperti gula cair Tanggulih memiliki peluang besar untuk berkembang. Namun, agar produk tersebut mampu bersaing dan menarik minat wisatawan, diperlukan strategi inovatif, salah satunya melalui desain kemasan yang menarik, informatif, dan mencerminkan nilai local (*Nugraha & Rahmawati 2013*).

Desain kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga menjadi media komunikasi visual yang dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas, keaslian, dan daya tarik produk (*Sari & Hidayati, 2022*). Dalam konteks promosi di area wisata, kemasan yang estetis dan representatif dapat menjadi daya jual tersendiri serta memperkuat citra produk sebagai oleh-oleh khas daerah (*Putri & Fitri, 2021*). Oleh karena itu, transformasi desain kemasan gula cair Tanggulih menjadi langkah strategis dalam meningkatkan daya saing produk lokal.

Artikel ini membahas bagaimana desain kemasan dapat menjadi alat efektif dalam mengangkat nilai produk lokal, khususnya gula cair Tanggulih, serta peranannya dalam mendukung promosi pariwisata kawasan Bukit Keki. Melalui pendekatan kreatif dan berbasis kearifan local, diharapkan produk ini dapat lebih dikenal, diminati, dan berkontribusi pada penguatan ekonomi masyarakat setempat (*Tim PKM UMKM, 2022*).

## 2. METODE PENGABDIAN

### 2.1 Waktu dan Tempat Pengabdian

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini dilaksanakan selama satu bulan penuh, yaitu dari tanggal 1 Juli hingga 31 Juli 2025 (*Desa Kertagenah Dajah, 2025*). Rentang waktu ini dipilih secara strategis untuk memberikan cukup waktu dalam pelaksanaan seluruh tahapan program pengabdian masyarakat, mulai dari observasi lapangan, analisis situasi, perencanaan intervensi, hingga pelaksanaan dan evaluasi kegiatan yang berfokus pada pengembangan produk lokal berupa Gula Cair Tanggulih (*IAIN madura, 2021*).

Tempat pelaksanaan kegiatan ini adalah di Desa Kertagenah Daja, Kecamatan

Kadur, Kabupaten Pamekasan, Provinsi Jawa Timur, tepatnya di kawasan wisata Bukit Keki. Bukit Keki dikenal sebagai salah satu destinasi wisata alam lokal yang mulai berkembang dan ramai dikunjungi wisatawan, terutama pada akhir pekan dan musim liburan. Keindahan panorama bukit, udara yang sejuk, serta suasana yang masih asri menjadikan Bukit Keki memiliki daya tarik tersendiri. Selain keindahan alamnya, desa ini juga dikenal dengan kekayaan hasil bumi dan produk olahan lokalnya, salah satunya Gula Cair Tanggulih, yang berasal dari nira pohon Siwalan (*Borassus flabellifer*) — tanaman khas Madura yang tumbuh melimpah di wilayah ini.

Pohon Siwalan bukan hanya berperan sebagai peneduh dan simbol budaya lokal, namun juga menjadi sumber utama ekonomi rumah tangga masyarakat desa. Nira siwalan diekstraksi dan diolah secara tradisional menjadi gula cair yang memiliki rasa manis alami, beraroma khas, dan dipercaya lebih sehat dibandingkan dengan gula pasir. Produk ini tidak hanya dikonsumsi secara lokal, tetapi juga berpotensi besar untuk dikembangkan sebagai produk oleh-oleh khas wisata. Namun, selama ini Gula Cair Tanggulih masih dipasarkan dalam kemasan seadanya—botol plastik bekas, tanpa label yang informatif, dan tidak memiliki identitas visual yang menarik. Hal ini menjadi kendala utama dalam memperluas distribusi dan menarik minat konsumen dari luar daerah.

Melalui kegiatan KKN ini, kelompok KKN posko 21 melakukan berbagai tahapan kegiatan yang dirancang secara terstruktur dan partisipatif. Minggu pertama diisi dengan pengamatan langsung, wawancara mendalam, dan pemetaan potensi serta permasalahan yang dihadapi para pengrajin dan pelaku usaha gula siwalan. Tim mengidentifikasi bahwa salah satu tantangan utama adalah kurangnya pemahaman masyarakat tentang pentingnya kemasan produk yang baik—baik dari sisi desain visual, informasi produk, maupun daya tahan dan keamanannya.

Pada minggu kedua dan ketiga, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM dan kelompok tani lokal dalam hal perancangan kemasan, branding produk, serta edukasi mengenai standar pangan dan pemasaran digital sederhana. Tim KKN juga melibatkan mahasiswa desain dan komunikasi visual

untuk membantu membuat contoh label dan kemasan yang sesuai dengan karakteristik lokal dan selera pasar wisata. Desain tersebut mengangkat unsur budaya Madura, warna-warna alam, serta informasi lengkap mengenai produk, seperti manfaat gula siwalan. Minggu terakhir digunakan untuk implementasi desain baru secara terbatas, dengan membagikan sampel produk kepada pengunjung Bukit Keki dan meminta Pemilihan lokasi Bukit Keki sebagai tempat pengabdian bukan semata-mata karena keindahan alamnya, tetapi juga karena kawasan ini menyimpan potensi besar dalam pengembangan ekonomi berbasis pariwisata. Dengan adanya arus kunjungan wisata yang cukup stabil, kawasan ini merupakan tempat yang ideal untuk memperkenalkan produk lokal dalam skala yang lebih luas. Kombinasi antara peningkatan kualitas produk dan pendekatan visual melalui desain kemasan yang menarik diharapkan mampu mengubah persepsi konsumen dan menciptakan citra baru bagi Gula Cair Tanggulih sebagai produk unggulan daerah. Secara keseluruhan, waktu pelaksanaan selama satu bulan ini cukup efektif untuk menginisiasi transformasi awal produk lokal dari segi kemasan dan pemasaran. Namun, untuk keberlanjutan jangka panjang, dibutuhkan komitmen dari masyarakat, dukungan dari pemerintah desa, serta kolaborasi lanjutan dengan pihak akademisi atau pendamping UMKM. Kegiatan ini bukan hanya sekadar pengabdian sesaat, tetapi merupakan langkah awal menuju pemberdayaan masyarakat desa secara berkelanjutan dengan menempatkan nilai-nilai lokal sebagai kekuatan utama dalam menghadapi pasar global

## **2.2. Metode dan Rancangan Pengabdian**

Pelaksanaan program pengabdian ini dirancang melalui pendekatan partisipatif dan kolaboratif (*Tim PKM UMKM, 2022*), dengan melibatkan langsung masyarakat, pelaku UMKM lokal, dan pemangku kepentingan setempat. Tujuan utama metode ini adalah untuk membangun kesadaran dan kapasitas pelaku usaha dalam meningkatkan nilai tambah produk lokal melalui pengembangan desain kemasan yang tepat sasaran, menarik, dan fungsional.

### **A. Tahapan Awal: Survei dan Pemahaman Konteks Lokal**

Tahap awal pengabdian dimulai dengan pelaksanaan survei lapangan di Desa Kertagenah Daja, khususnya pada area usaha pengolahan Gula Cair Tanggulih. Survei ini melibatkan observasi langsung proses produksi, pengemasan, dan distribusi produk yang dilakukan secara tradisional. Di samping itu, dilakukan pula dengan para pelaku usaha, petani siwalan, serta tokoh masyarakat, guna menggali informasi mengenai:

- Teknik pengolahan nira siwalan menjadi gula cair
- Hambatan dalam pengemasan dan distribusi produk
- Pengetahuan pelaku usaha terhadap desain kemasan
- Ekspektasi masyarakat terhadap produk lokal mereka

Selain itu, dilaksanakan juga FGD (Focus Group Discussion) bersama pemuda desa dan perangkat desa untuk memetakan potensi serta menanamkan rasa memiliki terhadap produk lokal dan program KKN yang akan dijalankan.

## **B. Rancangan Program Pengabdian**

Rancangan kegiatan pengabdian dibagi ke dalam tiga tahapan utama yang bersifat sistematis, aplikatif, dan dapat diukur keberhasilannya:

### **1. Identifikasi Kebutuhan dan Masalah**

Analisis kebutuhan dilakukan dengan pendekatan need assessment (adalah proses mengidentifikasi kebutuhan dan masalah yang dihadapi mitra melalui pengumpulan data, baik secara wawancara, observasi, maupun kuesioner. Pada kegiatan ini, need assessment dilakukan dengan cara mewawancarai pelaku usaha gula cair Tanggulih dan mengamati proses produksi serta kemasan yang digunakan, untuk mengetahui kendala yang dihadapi dan peluang perbaikan desain kemasan.) di mana data dari hasil survei dan wawancara dikaji secara kualitatif untuk menemukan akar masalah dan kebutuhan paling mendesak. Dari hasil identifikasi ini, diperoleh fakta bahwa mayoritas pelaku usaha belum memiliki pengetahuan tentang:

- Fungsi strategis desain kemasan dalam pemasaran
- Standar keamanan dan sanitasi dalam pengemasan makanan/minuman
- Estetika desain yang sesuai dengan target pasar wisatawan

### **2. Perancangan Desain Kemasan**

Pada tahap ini dilakukan pengembangan desain kemasan Gula Cair Tanggulih dengan memperhatikan unsur:

- Identitas lokal (warna, simbol, atau narasi yang merepresentasikan Madura)
- Aspek fungsional (kemasan mudah dibawa, ditutup ulang, dan tidak mudah bocor)
- Kelayakan teknis (kemasan aman untuk cairan, ramah lingkungan)
- Informasi produk (komposisi, manfaat, tanggal kadaluarsa, produsen, legalitas)
- Proses desain menggunakan perangkat lunak Adobe Illustrator, CorelDRAW, dan Canva Pro untuk menghasilkan template label dan layout kemasan yang siap cetak.

### **3. Implementasi dan Uji Respon Pasar**

Desain kemasan yang telah dikembangkan diuji coba pada batch terbatas produk Gula Cair Tanggulih. Produk ini kemudian didistribusikan kepada wisatawan yang datang ke Bukit Kahi untuk menguji respon pasar. Respon dikumpulkan melalui:

- Kuesioner singkat terkait kesan visual, daya tarik, dan niat beli
- Wawancara singkat untuk menilai preferensi dan kritik terhadap desain
- Observasi terhadap keputusan pembelian secara langsung

Data respon tersebut dianalisis sebagai umpan balik untuk penyempurnaan desain dan strategi pemasaran jangka panjang.

## **C. Sarana, Prasarana, dan Alat Pendukung**

Kegiatan ini ditunjang oleh beberapa alat dan media, antara lain:

- Perangkat lunak desain grafis (Adobe Illustrator, Canva, CorelDRAW)
- Laptop untuk pembuatan stiker kemasan
- Printer label warna dan kertas stiker khusus untuk mencetak label kemasan
- Botol plastik dan kaca berstandar pangan sebagai media pengemasan

Semua peralatan dipersiapkan sejak awal agar kegiatan berjalan lancar dan optimal, serta memenuhi standar keamanan pangan sesuai dengan ketentuan Dinas Kesehatan setempat.

## **D. Pendekatan Evaluatif dan Keberlanjutan**

Sebagai bagian dari metode pengabdian, dilakukan juga monitoring dan evaluasi secara berkala untuk menilai:

- Tingkat pemahaman peserta pelatihan

- Kesiapan pelaku usaha dalam menerapkan kemasan baru
  - Respon pasar terhadap perubahan kemasan
- Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test wawancara evaluatif, dan laporan mingguan dari tim KKN. Hasil evaluasi menjadi dasar untuk menyusun rekomendasi pengembangan lanjutan yang dapat diteruskan oleh pihak desa atau dinas terkait.

Dengan metode dan rancangan pengabdian yang sistematis ini, diharapkan program KKN tidak hanya meningkatkan daya tarik produk Gula Cair Tanggulih secara visual dan fungsional, tetapi juga membuka peluang bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat di sektor pariwisata dan UMKM berbasis potensi lokal.

### 2.3. Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperoleh data yang representatif mengenai respon dan kebutuhan dari dua kelompok sasaran utama, yaitu pelaku usaha lokal (produsen Gula Cair Tanggulih) dan konsumen potensial (wisatawan di kawasan Bukit Kehi). Pendekatan ini digunakan untuk memastikan bahwa solusi yang dirancang melalui program pengabdian benar-benar menjawab kebutuhan riil dan dapat diterapkan secara efektif dalam konteks lokal.

#### A. Sampel Pelaku Usaha Lokal (UMKM Gula Cair Tanggulih)

Sampel utama dari kelompok pelaku usaha dipilih secara purposive (bertujuan), yaitu dengan menetapkan kriteria tertentu untuk memastikan bahwa peserta benar-benar memiliki keterlibatan aktif dalam proses produksi, pengemasan, dan distribusi produk Gula Cair Tanggulih. Kriteria pemilihan sampel dalam kategori ini meliputi:

- Pelaku usaha yang secara aktif memproduksi Gula Cair Tanggulih di Desa Kertagenah Daja
- Pelaku usaha yang bersedia mengikuti program pelatihan dan pendampingan
- Pelaku yang telah memasarkan produknya ke pengunjung kawasan wisata, baik secara langsung maupun melalui pedagang lokal
- Pelaku usaha skala kecil hingga menengah (UKM), bukan produsen skala besar

Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh beberapa pelaku usaha yang menjadi

sampel aktif dalam program ini. Mereka terdiri dari produsen individu, pengusaha rumah tangga, serta satu kelompok tani pengolah nira siwalan. Seluruh pelaku usaha tersebut telah mengikuti tahapan survei awal, wawancara mendalam, pelatihan desain kemasan, serta uji coba implementasi kemasan baru.

#### B. Sampel Konsumen Potensial (Wisatawan Bukit Kehi)

Kelompok kedua yang dijadikan sampel adalah konsumen potensial, yaitu wisatawan yang datang berkunjung ke kawasan wisata Bukit Kehi selama masa pelaksanaan program. Sampel ini diambil untuk mengetahui:

- Respon awal terhadap produk Gula Cair Tanggulih sebelum dan sesudah pengemasan ulang
- Tingkat daya tarik visual desain kemasan baru
- Preferensi wisatawan terhadap informasi yang tertera pada label produk
- Potensi minat beli atau rekomendasi sebagai oleh-oleh khas daerah

Pengambilan sampel wisatawan dilakukan dengan metode accidental sampling, yaitu memilih wisatawan secara acak yang kebetulan sedang berada di lokasi dan bersedia memberikan pendapatnya. Untuk keperluan uji respon ini, tim menyediakan 6 botol sampel Gula Cair Tanggulih dengan desain kemasan baru, dan membagikannya secara gratis kepada wisatawan yang terlibat sebagai responden.

Kriteria responden wisatawan meliputi:

- Berusia minimal 17 tahun
- Berasal dari luar Desa Kertagenah Daja (agar memberikan perspektif eksternal)
- Bersedia memberikan feedback melalui kuesioner singkat atau wawancara lisan
- Tidak memiliki hubungan keluarga dengan pelaku usaha (untuk menjaga objektivitas)

Dari beberapa wisatawan yang diberi produk sampel, sebanyak ada beberapa orang berhasil memberikan tanggapan lengkap\*, baik melalui pengisian kuesioner maupun wawancara singkat. Data dari responden ini digunakan untuk menilai:

- Tingkat ketertarikan terhadap desain kemasan (skala 1–5)
- Apakah desain kemasan memengaruhi minat beli

- Kejelasan informasi pada label (manfaat, komposisi, produsen)
- Saran perbaikan desain dari perspektif konsumen

### C. Alasan Pemilihan Teknik Sampel

Pemilihan teknik purposive sampling untuk pelaku usaha dan accidental sampling untuk wisatawan dilakukan secara sadar berdasarkan:

- Keterbatasan waktu pelaksanaan program (1 bulan)
- Aksesibilitas langsung terhadap target sasaran
- Kebutuhan untuk memperoleh data berkualitas dari sumber yang relevan
- Fokus pada efektivitas intervensi terhadap kelompok yang benar-benar terlibat

Kedua teknik ini memungkinkan tim untuk mendapatkan data yang bermanfaat, aplikatif, dan relevan, tanpa harus melakukan survei besar-besaran yang kurang efisien dalam konteks kegiatan pengabdian berskala lokal seperti ini. Dengan pendekatan pengambilan sampel yang terstruktur dan berbasis kriteria jelas, program pengabdian ini mampu memperoleh insight yang komprehensif dari dua sisi utama: produsen dan konsumen. Hal ini menjadi dasar dalam merancang desain kemasan yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga diterima oleh pasar sasaran secara praktis dan emosional.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di Desa Kertagenah Dajah, Kecamatan Kadur, Kabupaten Pamekasan ini menghasilkan desain kemasan baru untuk produk Gula Cair Tanggulih. Desain kemasan dirancang dengan mempertimbangkan identitas lokal Madura melalui penggunaan warna alami, motif batik khas, serta elemen visual yang menggambarkan pohon siwalan (Nugraha & Rahmawati, 2013) sebagai bahan baku utama.

Hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa sebelum program ini, gula cair dikemas dalam botol plastik bekas tanpa label yang informatif (Tim pkm umkm, 2022). Hal ini menyebabkan produk kurang menarik bagi konsumen, terutama wisatawan yang berkunjung ke Bukit Kahi. Setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan, pelaku usaha mampu memproduksi kemasan yang higienis,

tertutup rapat, memiliki label merek, informasi produk, dan desain yang konsisten.

Penerapan kemasan baru ini terbukti meningkatkan minat beli wisatawan, terlihat dari peningkatan penjualan selama masa uji coba di kawasan wisata (Desa Kertagenah Dajah, 2025). Konsumen menyatakan bahwa kemasan baru memberikan kesan lebih profesional, higienis, dan cocok dijadikan oleh-oleh khas daerah (IAIN Madura, 2021).

Selain aspek visual, kemasan juga dirancang agar praktis dibawa, tahan bocor, dan ramah lingkungan (Putri & Fitri, 2021). Hasil ini selaras dengan teori desain kemasan yang menyebutkan bahwa kemasan berfungsi tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media promosi yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

## 4. SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Program pengabdian ini berhasil meningkatkan daya tarik produk Gula Cair Tanggulih melalui perancangan kemasan baru yang lebih higienis, menarik, dan informatif (Sari & Hidayati, 2022). Desain kemasan yang memadukan unsur lokal Madura, seperti motif batik dan ilustrasi pohon siwalan, mampu memberikan identitas produk yang kuat (Nugraha & Rahmawati, 2013). Penerapan kemasan baru terbukti meningkatkan minat beli wisatawan di kawasan Bukit Kahi (Desa Kertagenah Dajah, 2025) serta membantu pelaku usaha dalam memasarkan produknya secara lebih profesional (IAIN Madura, 2021).

### Saran

1. Pelaku usaha disarankan untuk mempertahankan kualitas kemasan yang telah dirancang dan melakukan evaluasi berkala terhadap desain sesuai tren pasar (Tim UKM UMKM, 2022).
2. Pemerintah desa dan pihak terkait dapat mendukung promosi Gula Cair Tanggulih melalui media sosial dan event pariwisata (Desa Kertagenah Dajah, 2025).
3. Perlu dilakukan inovasi lanjutan, seperti penggunaan bahan kemasan ramah lingkungan (Putri & Fitri, 2021) dan penambahan variasi ukuran kemasan untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Islam Madura yang telah memberikan dukungan dan pendanaan dalam pelaksanaan program ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Kertagenah Dajah, para pelaku usaha Gula Cair Tanggulih, serta masyarakat setempat yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan kerjasama yang baik selama kegiatan berlangsung. Tidak lupa, apresiasi diberikan kepada seluruh anggota KKN Posko 21 yang telah bekerja sama dengan penuh dedikasi demi keberhasilan program ini.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- IAIN Madura. (2021). Laporan PKM: Pendampingan komunitas pengolahan gula cair/gula siwalan di Pamekasan. Kinerja IAIN Madura. Diakses dari [kinerja.iainmadura.ac.id](http://kinerja.iainmadura.ac.id)
- Nugraha, R., & Rahmawati, S. (2013). Desain kemasan makanan tradisional Madura dalam rangka pengembangan IKM. *Jurnal Agro Intek*, 8, 15–24. Trunojoyo University. Diakses dari [pertanian.trunojoyo.ac.id](http://pertanian.trunojoyo.ac.id).
- Putri, A., & Fitri, M. (2021). Inovasi kemasan ramah lingkungan untuk produk gula merah UMKM. *Welfare: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(1), 45–58. IAIN Kediri. Diakses dari [jurnalfebi.iainkediri.ac.id](http://jurnalfebi.iainkediri.ac.id).
- Tim TPKM UMKM. (2022). Strategi perancangan kemasan dan pelatihan desain untuk produk lokal UMKM: Studi kasus pendampingan. Seminar Nasional KKN dan PKM, 1(1), 100–112. Universitas Muhammadiyah Babel. Diakses dari [ojssemnas-kknmas.unmuhbabel.ac.id](http://ojssemnas-kknmas.unmuhbabel.ac.id).
- Desain untuk produk lokal UMKM: Studi kasus pendampingan. Seminar Nasional KKN dan PKM, 1(1), 100–112. Universitas Muhammadiyah Babel. Diakses dari [ojssemnas-kknmas.unmuhbabel.ac.id](http://ojssemnas-kknmas.unmuhbabel.ac.id).
- Sari, D. P., & Hidayati, L. (2022). Pendampingan pengemasan dan pemberian label merek pada produk gula merah. *Bernas: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 4(2), 85–95. Universitas Madura. Diakses dari [ejournal.unma.ac.id](http://ejournal.unma.ac.id).
- Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan, 4(2), 85–95. Universitas Madura. Diakses dari [ejournal.unma.ac.id](http://ejournal.unma.ac.id).
- Putri, A., & Fitri, M. (2021). Inovasi kemasan ramah lingkungan untuk produk gula merah UMKM. *Welfare: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(1), 45–58. IAIN Kediri. Diakses dari [jurnalfebi.iainkediri.ac.id](http://jurnalfebi.iainkediri.ac.id).
- Tim PKM UMKM. (2022). Strategi perancangan kemasan dan pelatihan desain untuk produk lokal UMKM: Studi kasus pendampingan. Seminar Nasional KKN dan PKM, 1(1), 100–112. Universitas Muhammadiyah Babel. Diakses dari [ojssemnas-kknmas.unmuhbabel.ac.id](http://ojssemnas-kknmas.unmuhbabel.ac.id).
- Desa Kertagenah Dajah. (2025). Profil desa dan potensi ekonomi lokal. Diakses dari situs resmi Desa Kertagenah Dajah: [kertagenadajah.web.id](http://kertagenadajah.web.id)

Siti Nur Halizah, dkk. Upaya meningkatkan daya tarik gula cair tanggulih di kawasan parawisata bukit kehi

Dokumentasi



Gambar 1 : Proses pembuatan gula cair Tanggulih



Gambar 2 : Pengemasan dan penempelan stiker tanggulih



Gambar 3 : Produk Gula Cair Tanggulih Desa Kertagena Dajah