

e-ISSN3025-8030 : p-ISSN3025-6267



Vol. 3, No. 1, Tahun 2025

Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat

AMPOEN

Akselerasi Merdeka Belajar dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat



Diterbitkan oleh:
Universitas Serambi Mekkah - Banda Aceh

**Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar dalam Pengabdian
Orientasi Masyarakat**

JURNAL AMPOEN

VOL. 3, NO. 1, TAHUN 2025

HALAMAN : 132-139

PENDAMPINGAN DESAIN KEMASAN EMPING MELINJO UNTUK BRANDING PRODUK UNGGULAN DESA KERTASANA PAGELARAN

**Eli Apud Saepudin, Nailal Mafazah, Cici Istitika Indriani, Ima muslimah,
Hanna Theresia Panjaitan, Christine Arta Sibarani, Ariani Galuh
Pangastuti, Ahmad Muflih Muzaky, Ahmad Yani, Diana Tusolihah, Bunga
Inayatul Kania, Alya Dwi Adinda**

Universitas Bina Bangsa Serang-Banten

Artikel di Jurnal AMPOEN

Tersedia di : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/ampoen>

DOI : <https://doi.org/10.32672/ampoen.v3i1.3591>

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini

APA : Apud Saepudin, E., Nailal Mafazah, Cici Istitika Indriani, Ima muslimah, Hanna Theresia Panjaitan, Christine Arta Sibarani, Ariani Galuh Pangastuti, Ahmad Muflih Muzaky, Ahmad Yani, Diana Tusolihah, Bunga Inayatul Kania, & Alya Dwi Adinda. (2025). PENDAMPINGAN DESAIN KEMASAN EMPING MELINJO UNTUK BRANDING PRODUK UNGGULAN DESA KERTASANA PAGELARAN. Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar Dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat (AMPOEN): Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(1), 132-139.

Lainnya Kunjungi : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/ampoen>

Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat (Jurnal AMPOEN): Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat dengan Visi “*Berdaya melalui Abdi, Merdeka dalam Publikasi*” sebagai platform bagi para pengabdian, peneliti, praktisi, dan akademisi untuk berbagi pengetahuan, pengalaman, dan hasil layanan yang berkontribusi terhadap pengembangan masyarakat di Indonesia. Berisi hasil-hasil kegiatan pengabdian dan pemberdayaan masyarakat berupa penerapan berbagai bidang ilmu diantaranya pendidikan, ekonomi, agama, teknik, teknologi, pertanian, sosial humaniora, komputer, kesehatan dan lain sebagainya.

Semua artikel yang diterbitkan dalam jurnal ini dilindungi oleh hak cipta dan dilisensikan di bawah Lisensi Creative Commons 4.0 International License (CC-BY-SA) atau lisensi yang setara sebagai lisensi optimal untuk publikasi, distribusi, penggunaan, dan penggunaan ulang karya ilmiah.





VOL 3, NO. 1, TAHUN 2025

**PENDAMPINGAN DESAIN
KEMASAN EMPING MELINJO
UNTUK BRANDING PRODUK
UNGGULAN DESA
KERTASANA PAGELARAN**

**Eli Apud Saepudin¹, Nailal
Mafazah², Cici Istitika Indriani³,
Ima muslimah⁴, Hanna Theresia
Panjaitan⁵, Christine Arta
Sibarani⁶, Ariani Galuh
Pangastuti⁷, Ahmad Muflih
Muzaky⁸, Ahmad Yani⁹, Diana
Tusolihah¹⁰, Bunga Inayatul
Kania¹¹, Alya Dwi Adinda¹²**

**KKM Kelompok 36 Desa Kertasana
Kec. Pagelaran Universitas Bina Bangsa
Serang-Banten¹⁻¹²**

*** Email Korespondensi:**

eli.apud.saepudin@binabangsa.ac.id

Riwayat Artikel

Penyerahan : 07-07-2025
Diterima : 15-07-2025
Diterbitkan : 17-07-2025

Abstrak

Emping melinjo merupakan salah satu produk unggulan Desa Kertasana yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai komoditas ekonomi lokal. Namun, produk ini masih dipasarkan dengan kemasan sederhana yang kurang menarik dan belum mencerminkan identitas khas daerah. Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan nilai jual emping melinjo melalui perancangan desain kemasan yang menarik, informatif, dan sesuai dengan karakteristik produk serta budaya lokal. Metode yang digunakan meliputi observasi lapangan, wawancara dengan pelaku UMKM, workshop desain kemasan, serta evaluasi visual dan fungsional kemasan. Hasil dari kegiatan ini adalah terciptanya desain kemasan baru yang lebih profesional, mudah dikenali, dan mendukung strategi branding produk emping melinjo sebagai ikon kuliner Desa Kertasana. Dengan kemasan yang lebih baik, diharapkan produk ini mampu menjangkau pasar yang lebih luas serta meningkatkan pendapatan pelaku UMKM lokal.

Kata Kunci: Emping Melinjo; Desain Kemasan; Branding; UMKM; Desa Kertasana.

Abstract

The contents of the abstraction, between 150-300 words, just one paragraph. Abstract consists of background, community service objectives, methods used and results achieved (measurable results). If you see gray letters here, the fault is not in your eyes. This form is made by utilizing the facilities provided by MsWord. It seems, to make things easier, use the same language you use in your writing. Use the Abstract Fill style for this format. If you use this template correctly, all numbering will be generated automatically. So you don't need to edit it manually. Of course, if you create a section of this paper that requires numbering after this template, the number will continue with the existing part number. Again, you don't need to edit the part numbers, because if the contents of this template are deleted, the numbers will be sorted by themselves. If you want to try to delete the contents of this template, please back up first. Emping melinjo is one of Kertasana Village's superior products that has great potential to be developed as a local economic commodity. However, this product is still marketed with simple packaging that is less attractive and does not reflect a distinctive regional identity. This mentoring activity aims to increase the selling value of emping melinjo through designing packaging designs that are attractive, informative, and in accordance with product characteristics and local culture. The methods used include field observations, interviews with MSME players, packaging design workshops, and visual and functional evaluation of packaging. The result of this activity is the creation of a new packaging design that is more professional, easily recognizable, and supports the branding strategy of emping melinjo products as a culinary icon of Kertasana Village. With better packaging, it is hoped





that this product will be able to reach a wider market and increase the income of local MSME players.

Keywords: *Emping Melinjo; Packaging Design; Branding; MSMEs; Kertasana Village.*

PENDAHULUAN

Umumnya, produk ini dikemas secara sederhana tanpa label, desain visual yang menarik, atau informasi produk yang memadai. Hal ini berdampak pada rendahnya daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif, khususnya dalam menghadapi produk-produk sejenis dari daerah lain yang telah mengadopsi kemasan modern dan strategi branding yang lebih kuat.

Kemasan bukan hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang mampu membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas dan identitas produk. Oleh karena itu, peningkatan kualitas kemasan menjadi langkah strategis dalam memperkuat citra merek (*branding*) dan memperluas pasar.

Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan sebagai upaya untuk memberdayakan pelaku UMKM di Desa Kertasana melalui perancangan dan implementasi desain kemasan emping melinjo yang lebih menarik, fungsional, dan sesuai dengan karakteristik lokal. Melalui pendekatan partisipatif dan edukatif, diharapkan pelaku usaha tidak hanya memperoleh desain kemasan baru, tetapi juga pemahaman mengenai pentingnya branding dalam pengembangan usaha secara berkelanjutan.

1. Teori Desain Kemasan (Packaging Design Theory)

Teori ini menjelaskan bahwa kemasan bukan hanya sebagai pelindung fisik produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi visual yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Underwood (2003), kemasan berperan penting dalam menciptakan pengalaman merek dan persepsi kualitas produk. Elemen visual seperti warna, tipografi, bentuk, dan material berkontribusi terhadap daya tarik kemasan.

Aplikasi: Digunakan dalam merancang kemasan emping melinjo yang menarik, fungsional, dan mencerminkan identitas lokal Desa Kertasana.

2. Teori Branding

Menurut Kotler & Keller (2016), branding adalah proses memberikan makna pada produk melalui penciptaan nama, simbol, atau desain yang melekat dalam benak konsumen. Brand yang kuat menciptakan diferensiasi dan loyalitas pelanggan.

Aplikasi: Desain kemasan digunakan sebagai bagian dari strategi branding produk emping melinjo untuk meningkatkan nilai jual dan pengakuan pasar.

3. Teori Pemberdayaan Masyarakat (Community Empowerment Theory)

Teori ini menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam proses perubahan sosial dan ekonomi. Menurut Zimmerman (2000), pemberdayaan melibatkan peningkatan kapasitas individu dan kelompok untuk mengendalikan kehidupan mereka.

Aplikasi: Dalam kegiatan pendampingan, pelaku UMKM diajak terlibat aktif dalam proses desain agar terjadi transfer pengetahuan dan peningkatan kapasitas mandiri.

4. Teori Nilai Tambah Produk (Value Added Theory)

Teori ini menyatakan bahwa dengan menambahkan elemen seperti kemasan, label, atau sertifikasi, suatu produk bisa memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi di mata konsumen (Porter, 1985).

Aplikasi: Penerapan desain kemasan bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah emping melinjo secara visual dan fungsional agar lebih kompetitif di pasar.

Untuk mengatasi permasalahan kurang optimalnya desain kemasan emping melinjo di Desa Kertasana, dilakukan serangkaian solusi terpadu yang melibatkan pendekatan partisipatif, edukatif, dan kreatif. Solusi yang diterapkan meliputi:

1. Observasi dan Analisis Produk Eksisting

Langkah awal adalah melakukan observasi langsung terhadap kemasan emping melinjo yang digunakan oleh pelaku UMKM. Tim pendamping menganalisis aspek visual, material, ukuran, dan keterbacaan informasi pada kemasan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahannya.

2. Pelatihan Desain dan Branding

Diberikan pelatihan kepada pelaku UMKM tentang pentingnya kemasan dan branding dalam pemasaran produk. Materi pelatihan meliputi prinsip dasar desain grafis, elemen visual (warna, tipografi, logo), serta strategi membangun citra produk lokal yang khas.

3. **Pembuatan Desain Kemasan Baru**
Berdasarkan hasil observasi dan masukan dari pelaku UMKM, dibuat beberapa alternatif desain kemasan yang mengedepankan unsur lokalitas (misalnya motif batik, ikon desa, atau nuansa alam). Desain ini mencakup label produk, logo, informasi nilai gizi, izin edar, dan tagline yang menggugah minat beli.
4. **Prototyping dan Uji Coba Kemasan**
Desain kemasan yang telah dibuat kemudian diwujudkan dalam bentuk prototipe. Prototipe diuji dari sisi fungsional (mudah dibuka, melindungi produk), estetika (menarik secara visual), dan penerimaan konsumen. Uji coba ini melibatkan masyarakat dan pembeli potensial.
5. **Pendampingan Produksi dan Implementasi**
Setelah desain final disepakati, pelaku UMKM didampingi dalam proses pencetakan kemasan dan penggunaannya dalam distribusi produk. Tim juga memberikan panduan tentang pemilihan bahan kemasan yang ekonomis namun tetap berkualitas.
6. **Evaluasi dan Umpan Balik**
Evaluasi dilakukan dengan mengumpulkan umpan balik dari pelaku UMKM dan konsumen terhadap desain kemasan baru. Hal ini berguna untuk perbaikan berkelanjutan dan sebagai dasar pengembangan merek lokal Desa Kertasana ke depan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan edukatif, di mana pelaku UMKM dilibatkan secara aktif dalam setiap tahap kegiatan. Metode pelaksanaan dibagi ke dalam beberapa tahapan sebagai berikut. Identifikasi dan Pemetaan Masalah Tahap awal dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara dengan pelaku UMKM emping

melinjo di Desa Kertasana. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi eksisting kemasan, permasalahan yang dihadapi, serta kebutuhan dan harapan pelaku usaha terhadap desain kemasan yang ideal. Sosialisasi dan Penggalangan Partisipasi Dilakukan sosialisasi mengenai pentingnya kemasan dalam meningkatkan daya saing produk. Dalam kegiatan ini, tim pendamping menjelaskan manfaat branding dan visual identity terhadap peningkatan nilai jual produk lokal, sekaligus mengajak pelaku UMKM untuk terlibat aktif dalam proses desain. Pelatihan dan Workshop Desain Kemasan Diselenggarakan pelatihan singkat yang meliputi. Dasar-dasar desain grafis dan visual branding Komponen penting dalam kemasan produk pangan Teknik sederhana menggunakan aplikasi desain (misalnya Canva atau CorelDRAW) Peserta kemudian diajak untuk mendiskusikan konsep desain kemasan yang sesuai dengan karakteristik emping melinjo dan kearifan lokal Desa Kertasana. Pembuatan dan Revisi Desain Kemasan Berdasarkan masukan dari peserta, tim pendamping menyusun beberapa konsep desain kemasan. Konsep tersebut kemudian direvisi bersama hingga diperoleh desain final yang disepakati oleh pelaku UMKM. Desain mencakup logo, warna utama, informasi produk, dan unsur lokal sebagai pembeda. Produksi Prototipe dan Uji Coba Desain yang telah disetujui diproduksi dalam bentuk prototipe kemasan. Prototipe ini digunakan untuk mengemas produk secara nyata dan diuji oleh konsumen lokal maupun mitra potensial. Umpan balik dikumpulkan untuk mengetahui efektivitas desain dari segi fungsionalitas dan estetika. Pendampingan Implementasi dan Evaluasi Setelah desain diterapkan, tim melakukan pendampingan pada pelaku UMKM dalam penggunaan kemasan baru secara konsisten. Evaluasi dilakukan dengan memantau dampak awal penggunaan kemasan terhadap minat beli, persepsi konsumen, dan potensi perluasan pasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Awal Berdasarkan observasi awal, diketahui bahwa sebagian besar pelaku UMKM di

Desa Kertasana masih menggunakan kemasan sederhana berupa plastik bening tanpa label, logo, atau informasi produk. Kemasan ini kurang menarik secara visual dan tidak memenuhi standar pemasaran modern. Selain itu, para pelaku UMKM belum memahami pentingnya kemasan sebagai alat promosi dan pembentuk citra produk. Antusiasme dan Partisipasi Pelaku UMKM Sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan mendapatkan respons positif. Pelaku UMKM menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengikuti kegiatan, terutama dalam sesi pelatihan desain dan diskusi branding. Ini menunjukkan bahwa meskipun keterampilan teknis masih terbatas, semangat untuk berkembang dan berinovasi cukup tinggi. Desain Kemasan yang Dihasilkan Setelah proses pelatihan dan diskusi, tim berhasil menghasilkan beberapa desain kemasan baru yang mencerminkan identitas lokal Desa Kertasana. Desain mengusung warna-warna alami, motif khas lokal (misalnya unsur daun melinjo atau siluet desa), dan label informatif yang mencantumkan nama produk, berat bersih, izin produksi, logo UMKM, serta tagline "Cita Rasa Khas Kertasana". Beberapa elemen desain utama yang diterapkan.

- Logo produk: sederhana namun mudah diingat, menampilkan simbol melinjo.
- Warna dominan: coklat alami dan hijau daun, untuk menunjukkan kesan tradisional dan alami.
- Jenis kemasan: menggunakan plastik ziplock dengan stiker label dan kemasan standing pouch berbahan kraft paper untuk versi premium.

Uji Coba Kemasan Kemasan yang telah didesain kemudian diuji coba pada beberapa produk emping melinjo dan diperlihatkan kepada masyarakat serta calon pembeli di pasar lokal. Hasil uji coba menunjukkan bahwa. Konsumen cenderung lebih tertarik pada produk dengan kemasan baru. Kemasan memberi kesan lebih profesional dan higienis. Penjual merasa lebih percaya diri dalam memasarkan produknya.

Dampak Awal yang Dirasakan Meskipun implementasi baru berjalan dalam skala kecil,

beberapa pelaku UMKM mulai merasakan manfaat langsung dari penggunaan kemasan baru, seperti. Meningkatnya kepercayaan konsumen. Munculnya permintaan dari luar desa karena kemasan lebih menarik. Peluang masuk ke toko oleh-oleh atau koperasi desa mulai terbuka.

Hasil kegiatan ini membuktikan bahwa kemasan memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing produk lokal. Pendampingan yang dilakukan tidak hanya menghasilkan desain kemasan secara fisik, tetapi juga mendorong perubahan mindset pelaku UMKM terhadap pentingnya inovasi dan branding. Desain yang mengangkat unsur lokal terbukti dapat memperkuat identitas produk dan memberi diferensiasi di pasar. Selain itu, pendekatan partisipatif dalam kegiatan ini mampu meningkatkan rasa memiliki terhadap hasil desain dan memperkuat keberlanjutan implementasinya di masa mendatang.



Gambar.1 Pengrajin Emping Melinjo



Gambar.2 Proses Penjemuran Emping Melinjo



Gambar.4 Kemasan Packaging Baru



Gambar.3 Kemasan Packaging Awal

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan desain kemasan emping melinjo di Desa Kertasana telah berhasil memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan daya saing produk lokal. Melalui pendekatan partisipatif, pelatihan, dan proses kreatif bersama pelaku UMKM, telah dihasilkan desain kemasan baru yang lebih menarik, informatif, dan mencerminkan identitas lokal.

Kemasan baru tidak hanya meningkatkan tampilan visual produk, tetapi juga berfungsi sebagai alat branding yang mampu memperkuat citra dan membedakan produk emping melinjo dari Desa Kertasana di tengah persaingan pasar. Uji coba dan implementasi awal menunjukkan adanya peningkatan minat konsumen dan peluang pasar yang lebih luas.

Selain aspek visual, kegiatan ini juga berhasil menumbuhkan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya inovasi kemasan dan strategi pemasaran. Dengan demikian, pendampingan ini diharapkan menjadi langkah awal menuju

pengembangan produk lokal yang lebih profesional, berdaya saing, dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam kegiatan pendampingan ini, sehingga dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat Desa Kertasana. Ucapan terima kasih khusus kami sampaikan kepada. Kepala Desa dan Perangkat Desa Kertasana, yang telah memberikan dukungan penuh dan memfasilitasi pelaksanaan kegiatan di lapangan. Pelaku UMKM emping melinjo Desa Kertasana, yang telah berpartisipasi aktif, terbuka terhadap inovasi, dan berkomitmen mengembangkan usahanya. Tim pendamping dan fasilitator kegiatan, yang telah bekerja keras dalam merancang materi, memberikan pelatihan, dan mendampingi proses desain secara menyeluruh. Pihak sponsor, lembaga mitra, atau institusi pendidikan (jika ada), yang telah memberikan bantuan moral, materiil, dan teknis demi kelancaran program ini. Semoga kerja sama dan semangat pemberdayaan ini dapat terus berlanjut di masa mendatang demi kemajuan produk lokal dan kesejahteraan masyarakat Desa Kertasana.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryono, G. D. P., Auliana, S., Sapaatullah, A., Masyhuri, M., & Purnama, E. D. (2024). BRANDING PRODUK EMPING MELINJO DENGAN MEMANFAATKAN WEBSITE E-COMMERCE DAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI TEPAT GUNA MESIN SEALER/PRESS DI DESA SUKACAI. *Jurnal Pengabdian Multidisiplin Indonesia (JUPEMI)*, 2(2), 32-42.
- Anasrulloh, M., & Basiron, B. (2022). Pelatihan pembuatan kemasan (packaging) untuk meningkatkan pemasaran produk olahan Kue Kacang Emping Melinjo. *J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(1), 15-19.
- Framita, D. S., & Maulita, D. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Pengemasan, Labelling dan Branding Produk di Desa Sukaratu Kecamatan Cikeusal Kabupaten Serang. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 107-118.
- Kusumawati, R., Akhbar, T., & Akmalia, A. (2021). Peningkatan daya saing usaha olahan pangan (peyek kacang dan emping melinjo). *MARTABE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 199-207.
- Nurjanah, A., & Sakir, S. (2023). Pemberdayaan UMKM Emping Ngijon, Sendangarum, Minggir, Sleman Berbasis Digital Marketing. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 7(2), 387-395.
- Putro, P. U. W., & Sulistiyowati, L. N. (2019). Pelatihan Smart Packaging pada Usaha Mikro Emping Jagung di Kabupaten Magetan. *Jurnal Berdaya Mandiri*, 1(2), 193-201.
- Suhariantono, J., Triono, M. A. A., & Sibarani, C. G. G. T. (2022). Peningkatan Kualitas Produk dan Pemasaran pada Kelompok Usaha Emping Desa Baru Pasar VIII Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2), 927-933.
- Purnavita, S., Sriyana, H. Y., & Widiastuti, T. (2018). Kemasan menarik dan internet marketing untuk meningkatkan nilai jual emping Garut sebagai produk unggulan Kabupaten Sragen. *E-DIMAS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(1), 88-97.
- Sutarti, S., Anharudin, A., & Maulana, B. (2023). Product Packaging Innovation as a Means of Increasing Consumer Attractiveness in UMKM Kubang Jaya Village. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 187-195.
- Kusuma, R. I., Rahmania, B., Amalia, R., Mina,

- E., Wigati, R., & Kuncoro, H. B. B. (2022). Penyuluhan pengemasan emping melinjo pada industri rumah tangga di Kampung Karang Mulya Kecamatan Menes. *Jurnal Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 1-7.
- Wardani, D. K., & Ch, U. H. (2019). Penyuluhan Packaging Pada Kelompok Usaha Emping Melinjo Dusun Kamijoro, Sendangsari, Pajangan, Bantul. In *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*.
- Syahria, H., Aditya, D., Febriyanti, D., Habibatus, N., Sri, N., Luqman, A., ... & Rismana, D. (2024). Inovasi Pemasaran Produk Emping Dan Kripik Tempe Di Umkm Desa Brokoh: Pendekatan Kuliah Kerja Nyata. *Pemberdayaan Masyarakat: Jurnal Aksi Sosial*, 1(4), 10-20.
- Suharianto, J., Triono, M. A. A., & Sibarani, C. G. G. T. (2022). Peningkatan Kualitas Produk dan Pemasaran pada Kelompok Usaha Emping Desa Baru Pasar VIII Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2), 927-933.