

# Inovasi Pengemasan Produk sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM dalam Program Pengabdian kepada Masyarakat

*Product Packaging Innovation as an Effort to Improve MSME Competitiveness in a Community Engagement Program*

Dessi Mufti<sup>1</sup>

Noviyarsi<sup>1\*</sup>

Maria Ulfah<sup>2</sup>

Burmawi<sup>3</sup>

<sup>1\*</sup>Department of Industrial Engineering, Bung Hatta University, Padang, West Sumatra, Indonesia

<sup>2</sup>Department of Chemical Engineering, Bung Hatta University, Padang, West Sumatra, Indonesia

<sup>3</sup>Department of Mechanical Engineering, Bung Hatta University, Padang, West Sumatra, Indonesia

email: [dessimufti@bunghatta.ac.id](mailto:dessimufti@bunghatta.ac.id)

## Kata Kunci

UMKM  
Kemasan  
Pengabdian Masyarakat

## Keywords:

Micro, small, and medium enterprises  
Packaging  
Community Service

Received: October 2025

Accepted: December 2025

Published: Maret 2026

## Abstrak

UMKM di Indonesia memainkan peran penting dalam perekonomian nasional, namun masih menghadapi tantangan besar dalam aspek daya saing, khususnya dari sisi pengemasan produk. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan inovasi pengemasan kepada pelaku UMKM yang memproduksi bolu ikan, keripik saka, serundeng pepaya, bareh randang, wajik Bandung, aneka cake, dan arai pinang, sulaman dan *bed cover*. Kegiatan dilaksanakan di Kanagarian Simarasok, Kecamatan Baso, Kabupaten Agam, dengan pendekatan pelatihan partisipatif, observasi lapangan, dan evaluasi hasil. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa setelah intervensi, UMKM mengalami peningkatan pemahaman tentang pentingnya kemasan, perbaikan estetika dan fungsionalitas kemasan, serta peningkatan minat konsumen terhadap produk mereka. Inovasi kemasan terbukti tidak hanya meningkatkan daya tarik visual, tetapi juga memperpanjang umur simpan dan mendukung pencitraan produk yang lebih profesional. Program ini memberikan kontribusi nyata terhadap pemberdayaan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif. Hasil pelatihan meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM menjadi 90% dan 14 pelaku UMKM berhasil membuat desain kemasan produknya yang baru.

## Abstract

*Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Indonesia are recognized as playing a critical role in the national economy, yet their competitiveness remains constrained, particularly in product packaging. To address this issue, a community service program was implemented to provide training and mentoring on packaging innovation to MSME actors producing fish sponge cake, keripik saka, papaya serundeng, bareh randang, wajik Bandung, assorted cakes, arai pinang, as well as embroidery and bed cover products. The program was carried out in Kanagarian Simarasok, Baso District, Agam Regency, using a participatory training approach, field observation, and outcome evaluation. The results indicated that, following the intervention, improvements were observed in MSME actors' understanding of the strategic role of packaging, in the aesthetic and functional quality of packaging, and in consumer interest in their products. Packaging innovation was shown not only to increase visual attractiveness, but also to extend product shelf life and to strengthen a more professional product image. The program was therefore shown to contribute to MSME empowerment in the context of increasingly competitive markets. The training increased participants' knowledge to 90%, and 14 MSME actors developed new packaging designs for their products.*



© 2026 Dessi Mufti., Noviyarsi., Maria Ulfah., Burmawi. Published by Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya. This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v11i3.11249>

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional yang memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja (Suminartika *et al.*, 2024; Mufti *et al.*, 2019). Namun, dalam menghadapi era persaingan global dan digitalisasi, UMKM menghadapi tantangan serius dalam hal

**How to cite:** Mufti, D., Noviyarsi., Ulfah, M., Burmawi. (2026). Inovasi Pengemasan Produk sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM dalam Program Pengabdian kepada Masyarakat. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 11(3), 706-713. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v11i3.11249>

peningkatan daya saing produk (Novitasari, 2022). Salah satu aspek yang sering terabaikan oleh pelaku UMKM adalah kemasan produk (Sosianika *et al.*, 2022). Pengemasan bukan sekadar alat pelindung produk, tetapi juga merupakan media komunikasi, promosi, dan identitas merek (Kothari, 2024; Said, A, 2016). Kemasan yang menarik dan informatif dapat menjadi nilai tambah yang signifikan. Sebagian besar UMKM di Kanagarian Simarasok yang memproduksi produk pada sektor olahan pangan (bolu ikan, keripik saka, serundeng pepaya, bareh randang, wajik Bandung, cake, arai pinang), masih menggunakan kemasan polos tanpa label, tanpa identitas produsen, dan tanpa informasi produk. Kemasan yang digunakan seadanya dan belum mampu menarik konsumen maupun memberikan perlindungan maksimal terhadap produk. Melihat situasi tersebut, Tim PKM dengan unit UMKM bersama pembina UMKM di Kanagarian Simarasok menilai bahwa penguatan aspek pengemasan merupakan kebutuhan prioritas. Upaya yang direncanakan meliputi pengembangan desain kemasan yang lebih layak, menarik secara visual, informatif, dan sesuai dengan standar pemasaran modern. Peningkatan kualitas kemasan ini diharapkan tidak hanya mampu meningkatkan daya saing produk lokal, tetapi juga membuka peluang perluasan jangkauan pemasaran ke segmen pasar yang lebih luas di luar Kecamatan Baso. Gambar 1 berikut merupakan contoh produk yang dihasilkan oleh beberapa UMKM yang ada di kanagarian Simarasok. Kondisi produk dengan kemasan seperti pada Gambar 1 ini berfungsi hanya dalam melindungi produk. Fungsi kemasan yang lain yang seharusnya seperti kemasan berfungsi sebagai sarana promosi, menginformasikan terkait produk kepada konsumen belum tersampaikan. Ini disebabkan karena mitra belum memahami apa fungsi kemasan produk ini.



Gambar 1. Kemasan dan label produk saat ini.

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan bertujuan untuk membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan keterampilan pengemasan produk, agar mampu meningkatkan kualitas produk secara visual, fungsional, dan komersial. Kegiatan ini dilaksanakan melalui pelatihan, demonstrasi, dan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM di Nagari Baso, Kecamatan Baso, Kabupaten Agam.

## METODE

Langkah-langkah yang dilakukan pada PKM ini akan diberikan kuesioner untuk menggali pemahaman pelaku UMKM terhadap konsep dasar pengemasan, termasuk pemilihan bahan kemasan, desain, dan perannya dalam pemasaran. Ini berguna untuk menyesuaikan materi pelatihan agar lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan peserta. Kuesioner akhir dapat digunakan untuk mengukur kepuasan peserta terhadap materi, metode pengajaran, dan manfaat pelatihan. Peserta pelatihan ini diikuti oleh 20 orang peserta yang terdiri dari 14 pelaku UMKM dan sisanya adalah perwakilan beberapa orang dari pemerintahan nagari Simarasok. Program ini menggunakan pendekatan partisipatif dan kolaboratif dengan tahapan sebagai berikut :

### *Identifikasi Masalah UMKM*

Proses identifikasi ini dilakukan pada tiga belas UMKM yang ada pada Kanagarian Simarasok. Hasil produksi UMKM terdiri dari dua bagian besar yaitu bergerak pada produksi makanan dan konveksi/sulaman. Hasil pengamatan dan langsung wawancara yang dilakukan terhadap pelaku UMKM. Survei awal dan wawancara dilakukan untuk mengetahui jenis produk, sistem produksi, dan kondisi pengemasan yang selama ini digunakan oleh pelaku UMKM. Ditemukan bahwa kemasan yang digunakan masih sangat sederhana, menggunakan plastik biasa tanpa label atau desain menarik.

### *Pelatihan dan Sosialisasi*

Berdasarkan hasil identifikasi masalah perlu dilakukan sosialisasi dan pelatihan bagi pelaku UMKM. Sosialisasi yang akan diadakan adalah tentang pemilihan jenis bahan kemasan terhadap 14 produk di Kanagarian Simarasok. Materi pelatihan diberikan mengenai pentingnya desain kemasan, label informasi produk, aspek legal seperti PIRT, serta teknik pengemasan yang sesuai dengan jenis produk. Selain itu juga diberikan materi mengenai branding produk dan pemanfaatan teknologi sederhana dalam pengemasan. Metode pelatihan dan lokakarya sangat cocok untuk UMKM karena didasarkan pada prinsip andragogi dan pembelajaran berorientasi masalah (*Problem Based Learning*) karena pelaku UMKM adalah pelajar dewasa yang bersifat mandiri sehingga berhubungan langsung dengan masalah dan kebutuhan bisnisnya saat ini (Sandra, 2024).

### *Demonstrasi dan Praktek Langsung*

Setelah pelaku UMKM memahami pemilihan jenis bahan kemasan akan dilanjutkan dengan mendemonstrasikan pembuatan desain kemasan menggunakan aplikasi sederhana (misalnya *Canva*), teknik sealing dan vakum untuk makanan, serta kemasan kain untuk produk kerajinan. Pelaku UMKM langsung mempraktikkan pembuatan dan penggunaan kemasan tersebut. Praktek langsung memaksa partisipan (pelaku UMKM) untuk berinteraksi langsung dengan materi dan menghasilkan output nyata misalnya prototipe kemasan (Gani, A *et al.*, 2024).

### *Evaluasi dan Tindak Lanjut*

Dilakukan observasi terhadap hasil pengemasan produk UMKM setelah pelatihan. Wawancara dan diskusi kelompok dilakukan untuk mengetahui tanggapan pelaku UMKM terhadap kegiatan ini dan perubahan yang mereka alami.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada saat ini pelaksanaan yang PKM sampai pada tahapan identifikasi jenis UMKM yang ada pada Kanagarian Simarasok. Kegiatan identifikasi ini dilakukan dengan mendatangi pembina UMKM nagari dan melakukan wawancara. Tabel I dan tabel II merupakan hasil identifikasi bentuk kemasan produk yang dihasilkan oleh para pelaku UMKM di nagari Simarasok. Hasil identifikasi ini digunakan untuk menentukan awal program PKM yang akan dilakukan. Hasil produk UMKM yang ada pada Nagari Simarasok ini secara garis besar ada 2 macam yaitu makanan dan jahitan. Gambar yang terdapat pada tabel I dan tabel II mendeskripsikan bahwa kemasan saat ini masih seadanya dan belum menjadi sebuah daya tarik dan nilai jual.

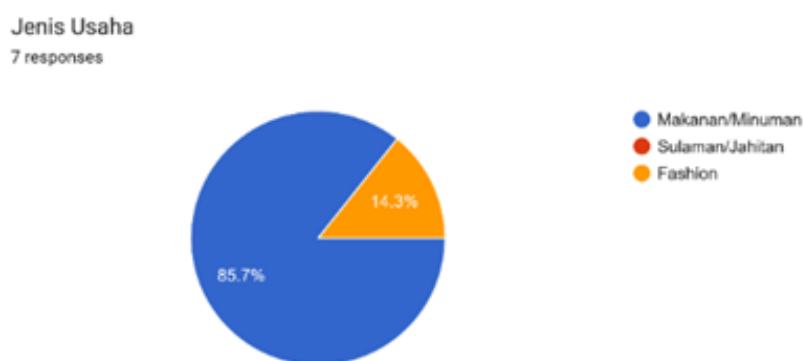
**Tabel I.** Identifikasi kemasan produk UMKM di Kanagarian Simarasok (Makanan).

No	Nama Produk	Kondidi Kemasan Saat ini					
		Higienitas	Komposisi	Tanggal kadaluarsa	Berat Bersih	Label Halal	Label Etis
1	Cake	√	X	X	X	X	X
2	Bolu	X	X	X	X	X	X
3	Wajik	√	√	√	√	√	X
4	Serundeng pepaya	X	X	X	X	X	X
5	Bolen	√	X	X	X	X	X
6	Karupak Balado	√	X	X	X	X	X
7	Stik Keju	√	X	X	X	X	X
8	Kue Bawang	√	√	X	X	X	X
9	Arai Pinang	√	X	X	X	X	X
10	Kue Bolu Jadul	√	√	X	√	√	X
11	Pinyaram	√	√	X	√	√	X

**Tabel II.** Identifikasi kemasan produk UMKM di Kanagarian Simarasok (Makanan).

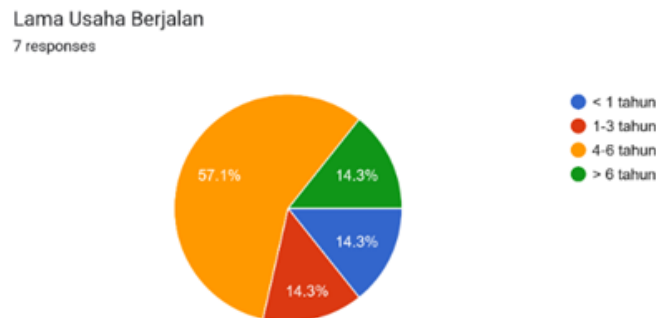
No	Nama Produk	Kondidi Kemasan Saat ini			
		Melindungi produk	Estetika	Informasi merk, ukuran, warna,	Petunjuk perawatan
1.	Selendang Sulam	√	X	X	X
2.	Mukena	√	X	X	X
3.	Sprei	√	X	X	X

Beberapa poin yang perlu jadi perhatian seperti desain visual kemasan perlu diperbaiki untuk meningkatkan daya tarik. Saat ini, kemasan terlihat polos dan tidak memiliki elemen visual yang menonjol. Desain yang menarik secara visual sangat penting karena merupakan kesan pertama yang dilihat konsumen (Ningrat *et al.*, 2024). Oleh karena itu, perlu penambahan elemen grafis seperti kombinasi warna yang sesuai, logo, nama produk, ilustrasi atau gambar produk, serta elemen estetis lain yang dapat mencuri perhatian saat dipajang di etalase atau rak penjualan. Poin selanjutnya adalah informasi produk dan identitas merek harus ditambahkan. Kemasan sebaiknya tidak hanya membungkus, tetapi juga menyampaikan informasi penting tentang produk (Yusra *et al.*, 2021). Informasi seperti nama merek, komposisi bahan, berat bersih, tanggal kadaluarsa, izin edar (seperti PIRT atau halal), serta alamat dan kontak produsen perlu dicantumkan dengan jelas (Tanjung *et al.*, 2023; Kholidasari, 2022)). Hal ini memberikan kepercayaan kepada konsumen dan menunjukkan profesionalisme usaha. Selanjutnya kemasan perlu menyampaikan identitas produk, nilai tambah melalui cerita atau latar belakang produk (Vidiari, I. S *et al.*, 2025; Long *et al.*, 2020). Langkah yang dilakukan setelah melihat kondisi kemasan produk pelaku UMKM itu adalah mengisi kuesioner untuk menggali pemahaman pelaku UMKM terhadap fungsi dan peranan kemasan ini. Hasil dari penyebaran kuesioner adalah terlihat seperti pada Gambar 2 sebagai berikut:



**Gambar 2.** Jenis usaha UMKM Kanagarian Simarasok.

Dari 14 kelompok UMKM yang mengisi kuesioner awal hanya 7 usaha. Hasil kuesioner dari 7 responden pelaku UMKM, diperoleh jenis usaha terbesar pada produk makanan/minuman. Ini sejalan dengan pengumpulan data di awal seperti pada tabel 1 dan tabel 2, dari 14 produk UMKM, sebanyak 11 UMKM bergerak dibidang makanan. Pelaku UMKM tersebut telah menjalankan usaha berkisar 4-6 tahun, seperti pada Gambar 3



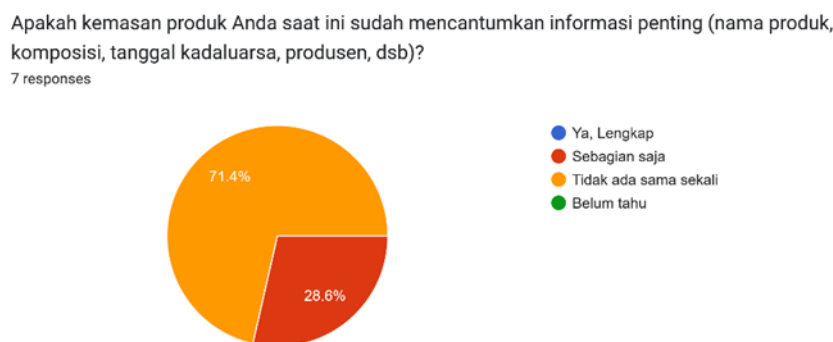
Gambar 3. Lama berjalannya usaha.

Dari pertanyaan yang diberikan adalah kendala apa yang ditemui oleh pelaku UMKM dalam membuat kemasan yang sesuai standar diperoleh jawaban 42,9% kurangnya pengetahuan desain dan mahalnya kemasan yang sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Ini terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Kendala dalam membuat kemasan.

Dari gambar 5 terlihat bahwa sebesar 71.4% kemasan produk pelaku UMKM di kanagarian Simarasok ini belum mencantumkan informasi tentang produknya. Ini mengartikan bahwa pelaku UMKM tidak memahami bahwa pentingnya informasi pada kemasan produknya. Untuk itu perlu diberikan pelatihan dan langsung dibuatkan draft label kemasan untuk produk pelaku UMKM tersebut.



Gambar 5. Kelengkapan informasi dari kemasan produk UMKM.

Kegiatan selanjutnya adalah pelatihan dan pendampingan oleh Tim PKM untuk mendiskusikan bentuk label kemasan yang diinginkan oleh pelaku UMKM berdasarkan hasil pelatihan tadi. Pelatihan ini dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat dari dosen dan mahasiswa teknik industri, uraian tugas tim dapat dilihat seperti pada Tabel III. Pelaksanaan kegiatan PKM tidak berhenti pada tahap pelatihan pengembangan kemasan, tetapi dilanjutkan dengan pendampingan teknis dalam pembuatan desain label yang layak jual untuk masing-masing pelaku UMKM di Kanagarian Simarasok. Pada tahap ini, tim PKM melakukan identifikasi kebutuhan setiap pelaku usaha, termasuk nama produk, komposisi bahan, nomor kontak produsen, berat bersih, dan informasi lain yang relevan untuk dicantumkan pada label. Hasil identifikasi tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam rancangan visual label dengan mempertimbangkan aspek warna, tipografi, identitas merek, dan citra produk lokal. Desain dibuat tidak hanya untuk menarik perhatian konsumen, tetapi juga untuk

memperkuat ciri khas produk sebagai bagian dari potensi nagari. Setiap UMKM mitra menerima desain label dalam bentuk final yang sudah siap cetak, sehingga dapat langsung digunakan sebagai elemen kemasan. Setelah rancangan label disepakati oleh masing-masing pelaku UMKM, tim PKM melanjutkan dengan proses pencetakan label dalam jumlah awal yang cukup untuk kebutuhan produksi harian. Label yang dicetak memuat informasi dasar produk secara jelas dan terbaca, serta menampilkan identitas produsen, sehingga meningkatkan kredibilitas produk di mata konsumen. Tahap pencetakan ini menjadi penting karena banyak pelaku UMKM sebelumnya belum memiliki akses atau kemampuan untuk memproduksi label yang konsisten dan berkualitas. Melalui dukungan ini, hambatan awal terkait keterbatasan modal desain dan produksi label dapat dikurangi.

**Tabel III.** Narasumber, Uraian Tugas dan Peserta Sosialisasi dan Pelatihan.

Narasumber	Uraian Tugas	Peserta
Dosen	Pemberian materi pentingnya kemasan dan inovasi kemasan	Pelaku UMKM pada kanagariaan simarasok
Mahasiswa	Mendampingi peserta dalam mendesain kemasan produk	

Label yang telah dicetak kemudian langsung diaplikasikan pada kemasan produk mitra UMKM. Proses ini dilakukan secara langsung bersama pelaku usaha, sehingga mereka tidak hanya menerima hasil jadi, tetapi juga memperoleh pemahaman teknis mengenai cara penempelan label yang rapi, konsisten, dan berada pada posisi yang mudah terlihat oleh konsumen. Kegiatan ini sekaligus menjadi momen evaluasi visual “sebelum dan sesudah”: produk yang sebelumnya dikemas dalam plastik polos tanpa identitas kini memiliki tampilan lebih profesional, informatif, dan siap dipresentasikan sebagai produk oleh-oleh khas nagari. Perubahan visual ini menjadi indikator awal peningkatan daya saing karena kemasan tidak lagi sekadar pembungkus, tetapi telah berfungsi sebagai alat branding. Selain itu, proses pendampingan pasca-pelatihan ini juga memperkuat posisi unit UMKM nagari dan pembina UMKM sebagai penggerak peningkatan mutu produk secara kolektif (Yusra *et al.*, 2022). Melalui pengalaman langsung mendampingi penempelan label, pembina UMKM mendapatkan contoh standar visual kemasan yang dapat direplikasi untuk pelaku usaha lain di nagari. Hal ini membuka peluang keberlanjutan program, karena model desain yang sudah dibuat dapat dijadikan template dan dimodifikasi untuk produk lain tanpa harus memulai dari awal. Dengan kata lain, kegiatan PKM tidak hanya menyelesaikan masalah kemasan pada tahap ini, tetapi juga membekali struktur kelembagaan UMKM di Kanagarian Simarasok dengan kapasitas teknis untuk menjaga konsistensi kualitas kemasan secara berkelanjutan. Beberapa indikator keberhasilan setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan terhadap pengembangan dan inovasi kemasan ini adalah terdapatnya Peningkatan Pengetahuan 90% peserta memahami pentingnya pengemasan dalam pemasaran produk dan mulai mengintegrasikan desain label, logo, dan informasi produk ke dalam kemasan mereka.. Peningkatan Daya Tarik Produk meningkat 100% karena kemasan produk terlihat lebih menarik secara visual seperti pada gambar 7.



**Gambar 6.** Proses Pelatihan oleh Tim PKM.



Gambar 7. Hasil inovasi desain label kemasan pada beberapa produk UMKM.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa inovasi pengemasan memberikan dampak signifikan dalam peningkatan daya saing produk UMKM. Melalui pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM mampu menghasilkan kemasan yang lebih menarik, informatif, dan sesuai standar pasar. Diperlukan tindak lanjut dalam bentuk pembinaan lanjutan dan dukungan akses teknologi untuk menciptakan UMKM yang lebih tangguh dan kompetitif. Program PKM yang dilaksanakan telah memberikan solusi yang bersifat praktis dan terukur. Ini dapat dilihat dari bahwa dari keseluruhan (14 pelaku UMKM) telah mempunyai inovasi desain dan mencantumkan informasi penting pada kemasannya. Beberapa contoh hasil inovasi desain label kemasan seperti pada Gambar 7. Melalui pelatihan pengembangan kemasan, pendampingan teknis pembuatan desain label, proses pencetakan label, hingga penempelan langsung pada kemasan produk, UMKM di Kanagarian Simarasok kini memiliki kemasan yang lebih layak jual, informatif, dan menarik secara visual. Produk yang sebelumnya anonim kini memiliki identitas merek yang jelas, informasi produk yang lebih lengkap, serta tampilan yang siap ditawarkan sebagai produk unggulan nagari. Selain peningkatan tampilan fisik produk, kegiatan ini juga memperkuat kapasitas pelaku UMKM dan unit UMKM nagari.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan ini terlaksana berkat dukungan hibah internal Universitas Bung Hatta dan dukungan dari pemerintahan di Kanagarian Simarasok, Kecamatan Baso, Kabupaten Agam. Terima kasih juga kepada seluruh tim pelaksana dan mitra yang terlibat yang terdiri unsur masyarakat, serta sivitas akademika yang telah membantu pelaksanaan kegiatan Pengabdian.

## REFERENSI

- Gani, A., & Hidayat, T. (2024). Workshop Pembuatan Konten Edukasi Digital untuk Pendidikan Anak Usia Dini. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sultan Indonesia*, *1*(1), 7-14. <https://doi.org/10.58291/abdisultan.v1i1.190>
- Kholidasari, I., Mufti, D., & Amelia, R. (2022). Re-Layout Tata Letak Fasilitas Dan Desain Kemasan Usaha Kue Batiah Di Jorong Baduih Nagari Simawang, Kabupaten Tanah Datar: Re-Layout Tata Letak Fasilitas Dan Desain Kemasan Usaha Kue Batiah. *Jurnal Implementasi Riset*, *2*(1), 60-71. <https://doi.org/10.37301/iris.v2i1.38>
- Kumari, S., & Kothari, A. (2024). Branding And Packaging. *Review Journal Philosophy & Social Science Yurpedume.lu: Anu Books*, *49*(2), 322-334. <https://doi.org/10.31995/rjps.2025.v50i01.013>
- Long, R., Geng, L., & Sun, C. (2020, July). The Construction of Story-Telling Illustration in Tea Packaging Design. In *International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics* (pp. 938-944). Cham: Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-51194-4\\_122](https://doi.org/10.1007/978-3-030-51194-4_122)

- Mufti, D., Duskiardi, D., & Zoni, M. (2019). Pemanfaatan teknologi dalam upaya mengantisipasi musculoskeletal disorders (MSDS) petani di Kube Usaha Basamo. *JMM-Jurnal Masyarakat Merdeka*, 2(2). <https://doi.org/10.51213/jmm.v2i2.24>
- Ningrat, R. W., Rabika, J. C., Muzaqi, A. R. B., & Kuntari, W. (2024). Desain Kemasan Online: Solusi Kreatif dan Terjangkau untuk UMKM melalui Brand PackDe. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 3(4), 156-170. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v3i4.2739>
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi umkm terhadap pertumbuhan ekonomi era digitalisasi melalui peran pemerintah. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(2), 184-204. <http://dx.doi.org/10.30998/jabe.v9i2.13703>
- Said, A. Azis. (2016). *Desain Kemasan*. Makassar, Penerbit Universitas Makassar.
- Sandra, J. (2024). Edukasi Perpajakan Dengan Konsep Andragogi Bagi Pelaku Umkm Melalui Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). *In Prosiding Seminar STIAMI* 11(2), pp. 33-40.
- Suminartika, E., Kusumo, R. A. B., & Utami, H. N. (2024). Strategi Produk UMKM di Desa Mandalamekar Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung. *Abdimas Galuh*, 6(2), 2250-2259. <http://dx.doi.org/10.25157/ag.v6i2.16015>
- Sosianika, A., Gunawan, A. I., Najib, M. F., Amalia, F. A., Senalajari, W., & Kania, R. (2022). Peran penting kemasan dalam meningkatkan persepsi kualitas produk makanan. *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 8(2), 85-92. <https://doi.org/10.31940/bp.v8i2.85-92>
- Tanjung, A., Aldana, S., Istiqomah, R. A., Suchahyo, D. S. D., & Shiddiqy, F. H. A. (2023). Optimalisasi Penggunaan Teknologi Berbasis Digital Pada Umkm Di Penjaringan Sari Melalui G-Two Socialization Dan Rebranding. *KARYA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 186-191. [https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/KARYA\\_JPM/article/view/323](https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/KARYA_JPM/article/view/323)
- Vidiadari, I. S., Sanjaya, I. P. S., & Purwijantiningsih, L. E. (2025). Pelatihan Penguatan Identitas Produk di Instagram pada Kelompok Usaha Bersama Ulva Sari: Strengthening Product Identity Training on Instagram at the Joint Business Group Ulva Sari. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(11). <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v10i11.10739>
- Yusra, Y., Ulfah, M., & Mufti, D. (2021). Inovasi Konsep Zero Waste Pada Kelompok Pengolah Ikan di Kelurahan Pasia Nan Tigo Kecamatan Koto Tangah Kota Padang. *Jurnal Vokasi*, 5(2), 97-103. <http://dx.doi.org/10.30811/vokasi.v5i2.2304>
- Yusra, Y., Ulfah, M., & Mufti, D. (2022). Implementasi PKM-MBKM Pada Kelompok Pengolah Ikan Di Kelurahan Pasia Nan Tigo Kecamatan Koto Tangah Kota Padang. *Jurnal Vokasi*, 6(1), 84-91. <https://doi.org/10.30811/vokasi.v6i1.2938>