

Original Research Paper

Pengembangan Desain Kemasan Inovatif Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Produk UMKM Di Kelurahan Matabubu

Weka Gusmiarty Abdullah¹, Edi Syah Mihrad², Putu Arimbawa², La Ode Santiaji Bande³, Mursalim⁴, Rizal Adi Saputra⁵, Riskan⁶, La Ode Sukriman⁷, Anisa suci Pratiwi⁴, Nur Rahma Sela⁴, Inda Asriyanti Lauto², Akmal Rahman², Fitya Aulia Fauzi^{8*}

¹ Program Studi Agribisnis, Universitas Halu Oleo, Kendari, Indonesia;

² Program Studi Penyuluhan Pertanian, Universitas Halu Oleo, Kendari, Indonesia;

³ Program Studi Proteksi Tanaman, Universitas Halu Oleo, Kendari, Indonesia;

⁴ Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Halu Oleo, Kendari, Indonesia;

⁵ Program Studi Teknik Informatika, Universitas Halu Oleo, Kendari, Indonesia;

⁶ Program Studi Teknologi Pangan, Universitas Halu Oleo, Kendari, Indonesia;

⁷ Program Studi Ilmu Lingkungan, Universitas Halu Oleo, Kendari, Indonesia;

⁸ Program Studi Farmasi, Universitas Halu Oleo, Kendari, Indonesia.

DOI: <https://doi.org/10.29303/jpmp.v9i1.14019>

Sitasi: Abdullah, W. G., Mihrad, E. S., Arimbawa, P., Bande, L. O. S., Mursalim, M., Saputra, R. A., Riskan, R., Sukriman, L. O., Pratiwi, A. S., Sela, N. R., Lauto, I. A., Rahman, A., & Fauzi, F. A. (2026). Pengembangan desain kemasan inovatif sebagai upaya peningkatan daya saing produk UMKM di Kelurahan Matabubu. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 9(1).

Article history

Received: 21 Desember 2026

Revised: 10 January 2026

Accepted: 21 February 2026

*Penulis Korespondensi: Fitya Aulia Fauzi, Universitas Halu Oleo, Kendari

Email:

fityaauliafauzi@gmail.com

Abstract: This Real Work Lecture (RWL) activity aims to develop innovative packaging designs to increase the competitiveness of MSME products in Matabubu Village. MSMEs in this region have quite diverse local product potential, but the use of attractive, informative, and marketing-standard packaging design is still limited. Through a participatory approach, the KKN team conducts needs assessments, designs training, and assists with packaging prototypes for MSME actors. The results of the activity show that there is an increase in the understanding of MSME actors on the importance of packaging design in attracting consumers and expanding the marketing reach. Some products have managed to acquire new packaging designs that are more modern, functional, and have a strong visual identity. This program is expected to be a sustainable step in strengthening the branding and competitiveness of local products in Matabubu Village and encouraging innovation in community business development.

Keywords: UMKM; innovative packaging design; packaging prototypes; product branding; competitiveness; community empowerment

Pendahuluan

Matabubu merupakan sebuah kelurahan yang dikenal memiliki potensi lokal, terutama dalam pengembangan produk-produk UMKM seperti olahan pangan, kerajinan, dan produk rumahan lainnya (Mustofa et al., 2022). Secara konseptual, Matabubu dapat dipahami sebagai ruang sosial-ekonomi masyarakat yang menjadi pusat aktivitas produksi lokal dan pemberdayaan

masyarakat (Ratnayani et al., 2023). Dalam konteks pengembangan kemasan inovatif, Matabubu dapat didefinisikan sebagai wilayah yang membutuhkan penguatan identitas produk melalui kemasan yang kreatif, modern, dan relevan dengan karakter lokal masyarakatnya (Najib et al., 2022).

Kemasan inovatif adalah bentuk pengembangan kemasan produk yang tidak hanya berfungsi melindungi barang, tetapi juga menggabungkan unsur kreativitas, identitas visual,

nilai budaya lokal, serta kemudahan pemasaran untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing produk (Ardi et al., 2024). Kemasan inovatif menekankan aspek estetika, fungsi, ramah lingkungan, informasi produk, serta kemampuan menjadi alat branding yang kuat (Hayati et al., 2020). Dalam konteks pengembangan kemasan produk UMKM, Matabubu dapat dipahami sebagai sebuah entitas lokal yang memiliki potensi kultural, sosial, dan ekonomi. Sebagai wilayah dengan identitas lokal yang khas (Mulyadi et al., 2024).

UMKM merupakan sektor yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat, terutama di wilayah Kelurahan Matabubu yang memiliki potensi produk lokal cukup beragam, seperti olahan pangan, kerajinan tangan, dan produk rumahan lainnya (Taufiqurrahman et al., 2023). Meskipun memiliki kualitas produk yang baik, sebagian besar pelaku UMKM di Kelurahan Matabubu masih menghadapi tantangan dalam aspek pemasaran, khususnya terkait desain kemasan (Badri et al., 2022). Menurut Sudaryanti et al. (2022), kemasan yang kurang menarik, tidak informatif, dan belum memenuhi standar pemasaran modern menjadikan produk sulit bersaing dengan produk serupa di pasaran.

Melihat kondisi tersebut, diperlukan sebuah program pengabdian masyarakat yang mampu memberikan solusi praktis dan berkelanjutan bagi UMKM di Kelurahan Matabubu (Khurnia et al., 2025). Melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN), mahasiswa dapat berperan aktif dalam memberikan pelatihan, pendampingan, dan inovasi terkait pengembangan desain kemasan produk. Program ini diharapkan dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan kapasitas kreatif mereka dalam menciptakan kemasan yang lebih modern, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan pasar (Wulandari, 2023).

Dengan adanya pengembangan desain kemasan inovatif, diharapkan produk UMKM di Kelurahan Matabubu dapat memiliki nilai jual yang lebih tinggi, menarik minat konsumen, dan mampu bersaing di tingkat lokal maupun regional. Selain itu, kegiatan ini juga berpotensi memperkuat identitas produk lokal sehingga memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Metode

Program KKN Tematik ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2025 di Kelurahan Matabubu di Kecamatan Poasia, Kota Kendari. Pelaksanaan program melibatkan mahasiswa dari berbagai jurusan di UHO (Teknologi Pangan, Penyuluhan Pertanian, Pendidikan Bahasa Inggris, Ilmu Lingkungan, Agribisnis, Agroteknologi dan Farmasi) yang didampingi oleh enam Dosen Pembimbing Lapangan.

Metode pelaksanaan program dirancang secara sistematis melalui tiga tahapan utama yang terintegrasi:

Tahap Persiapan

Tahap ini dimulai dengan identifikasi kebutuhan dan potensi UMKM yang menjadi sasaran. Tim pelaksana melakukan pemetaan jenis produk, karakteristik usaha, serta kendala yang dihadapi pelaku UMKM dalam aspek pengemasan (Soedarso et al., 2023).

Tahap Penyuluhan

Tahap ini dilakukan dengan survei awal dan wawancara langsung pada masyarakat Matabubu yang memiliki usaha UMKM untuk menggali informasi mendalam terkait desain kemasan yang telah digunakan sebelumnya, termasuk kelemahan dan harapan mereka terhadap desain baru. Setelah data terkumpul, tim menyusun rencana desain berdasarkan prinsip inovasi, fungsionalitas, serta nilai estetika yang sesuai dengan segmen pasar. Persiapan ini juga mencakup penyusunan desain awal (mockup), pemilihan bahan kemasan yang sesuai, serta koordinasi dengan mitra pelaku UMKM agar proses pengembangan berlangsung kolaboratif dan tepat sasaran (Isnawati et al., 2025).

Tahap Evaluasi dan Diseminasi Hasil

Pada tahap ini dilakukan evaluasi terhadap hasil desain kemasan inovatif yang telah dikembangkan bersama pelaku UMKM. Evaluasi mencakup efektivitas desain dalam menarik minat konsumen, peningkatan nilai jual produk, serta kesesuaian desain dengan identitas lokal. Setelah itu, hasil desain yang telah dibuat dan disempurnakan dibagikan kepada warga, khususnya pelaku UMKM di Kelurahan Matabubu, agar dapat digunakan secara langsung. Pembagian ini bertujuan agar desain yang telah dibuat benar-benar memberikan

manfaat nyata dan mendorong peningkatan daya saing produk lokal secara menyeluruh (Firdaus et al., 2025).

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan KKN di Kelurahan Matabubu difokuskan pada diversifikasi kemasan produk inovatif, khususnya untuk pelaku UMKM di Kelurahan Matabubu. Program ini bertujuan untuk membantu UMKM meningkatkan kualitas dan daya tarik produk melalui pengembangan kemasan yang lebih kreatif, fungsional, dan sesuai kebutuhan pasar. Melalui kegiatan pendampingan, penyuluhan, serta praktik langsung dalam pembuatan desain, mahasiswa KKN berupaya mendorong pelaku UMKM agar mampu menghasilkan kemasan yang tidak hanya mempercantik tampilan produk, tetapi juga memperkuat identitas lokal Matabubu serta meningkatkan nilai jual dan daya saing di pasar yang lebih luas.

Tahap Persiapan

Tahap persiapan merupakan langkah awal yang menjadi fondasi dari keseluruhan kegiatan. Pada tahap ini, tim KKN melakukan identifikasi potensi serta kebutuhan para pelaku UMKM di Kelurahan Matabubu. Proses identifikasi dilakukan melalui observasi lapangan, dialog awal dengan pelaku usaha, serta pemetaan jenis produk yang sedang mereka kembangkan.

Melalui kegiatan ini, tim dapat memahami karakteristik usaha, mulai dari jenis produk, teknik produksi, hingga kendala yang sering mereka hadapi, khususnya dalam hal desain dan kualitas kemasan. Informasi dasar ini sangat penting karena akan menjadi acuan dalam merancang desain kemasan yang bukan hanya menarik, tetapi juga sesuai kebutuhan pasar. Selain itu, koordinasi awal dengan pelaku UMKM juga dilakukan untuk memastikan bahwa program berjalan secara kolaboratif dan melibatkan mereka secara aktif (Saputra, 2020).

Tahap Penyuluhan

Tahap selanjutnya adalah penyuluhan, yang diawali dengan survei lapangan dan wawancara langsung dengan pelaku UMKM. Dalam tahap ini, tim menggali informasi secara mendalam mengenai pengalaman mereka dalam menggunakan kemasan selama ini. Banyak pelaku UMKM mengungkapkan

berbagai kendala, seperti kemasan yang kurang menarik, informasi produk yang belum lengkap, atau bahan kemasan yang tidak sesuai.

Berdasarkan hasil temuan tersebut, tim kemudian mulai menyusun rancangan desain awal yang lebih inovatif dan fungsional. Desain yang dibuat tidak hanya menonjolkan estetika yang mencerminkan identitas Kelurahan Matabubu. Tim juga menyiapkan *mockup* atau contoh desain serta memberikan rekomendasi bahan kemasan yang mudah ditemukan, terjangkau, dan ramah lingkungan. Melalui sesi penyuluhan ini, pelaku UMKM mendapatkan pemahaman baru bahwa kemasan bukan hanya pelindung produk, tetapi juga elemen penting dalam strategi pemasaran dan pembentukan citra usaha (Wahyuni & Kusuma 2019).



Gambar 1. Proses penyuluhan

Tahap Evaluasi dan Diseminasi Hasil

Tahap terakhir adalah evaluasi dan diseminasi hasil. Pada fase evaluasi, prototipe desain kemasan diuji langsung kepada pelaku UMKM dan calon konsumen untuk mengetahui efektivitasnya. Penilaian meliputi beberapa aspek seperti kenyamanan penggunaan, daya tarik visual, kelayakan biaya produksi, serta sejauh mana desain tersebut mampu memperkuat identitas produk lokal. Masukan dari proses evaluasi digunakan untuk menyempurnakan desain sehingga hasil akhirnya benar-benar sesuai kebutuhan di lapangan. Setelah melalui tahap penyempurnaan, desain final kemudian diseminasikan atau diserahkan kepada pelaku UMKM (Putra & Hadi, 2021). Kegiatan ini tidak hanya memberikan hasil berupa desain, tetapi juga menjadi proses transfer ilmu, di mana para pelaku UMKM didorong untuk dapat menerapkan, mengembangkan, dan mereplikasi desain secara mandiri untuk produk-produk mereka di masa mendatang. Adapun hasil

perancangan logo dapat dilihat pada Gambar 2 sampai dengan Gambar 7.



Gambar 2. Hasil Desain Stiker “Cemilan Ibu Juliana”

Desain stiker “Ibu Susi Pisang” menampilkan ilustrasi kartun buah pisang yang memakai kacamata hitam. Gaya gambar ini memberikan kesan ceria, ramah, dan modern, sehingga produk terlihat lebih menarik bagi pembeli. Warna kuning dipilih karena identik dengan pisang yang matang dan segar, sementara warna cokelat memberi nuansa manis dan hangat, menggambarkan cita rasa produk berbahan dasar pisang. Bentuk stiker yang bulat menciptakan tampilan yang rapi dan mudah ditempel pada berbagai jenis kemasan. Tulisan “Ibu Susi” memberikan identitas personal khas UMKM rumahan, sedangkan kata “Pisang” menegaskan bahan utama atau jenis produk yang ditawarkan.



Gambar 3. Hasil desain stiker “Cemilan Ibu Juliana”

Desain stiker “Cemilan Ibu Juliana” menggunakan dominasi warna cokelat tua yang menggambarkan rasa gurih dan manis khas berbagai jenis cemilan tradisional. Pada bagian tengah terdapat ilustrasi beberapa makanan ringan, menampilkan keragaman produk yang dijual. Penggunaan ornamen melingkar pada tepi stiker membuat desain terlihat elegan dan rapi, cocok untuk kemasan rumahan yang ingin tampil profesional. Tulisan “Cemilan Ibu Juliana” memberikan identitas brand UMKM yang sederhana

namun mudah diingat, sehingga konsumen dapat mengenali produk dengan cepat.



Gambar 4. Hasil desain Stiker “kacang sembunyi”

Desain stiker “Kacang Sembunyi” memanfaatkan foto produk secara langsung sebagai visual utama. Gambar kacang sembunyi yang tampak jelas membuat calon pembeli langsung mengetahui bentuk dan tekstur camilan tersebut. Warna cokelat dan krem mendominasi desain, memberikan nuansa gurih, manis, dan tradisional yang sesuai dengan karakter makanan ini. Tulisan mengelilingi tepi stiker menambah keseimbangan visual dan memberikan informasi produk secara ringkas tanpa mengganggu fokus utama pada gambar. Kombinasi warna, bentuk, dan visual ini secara keseluruhan menciptakan kesan bahwa produk dibuat secara rumahan namun tetap profesional.



Gambar 5. Hasil desain stiker “Kue Tradisional Ibu Mila”

Desain stiker “Kue Tradisional Ibu Mila” menampilkan foto berbagai jenis kue tradisional di bagian tengah yang menunjukkan keberagaman produk. Warna dasar cokelat tua memberikan kesan hangat, manis, dan tradisional yang erat dengan kuliner rumahan. Bagian bawah stiker menggunakan warna krem yang membuat tampilan terlihat seimbang dan lebih rapi. Tulisan “Ibu Mila” dicetak dengan huruf kapital untuk menegaskan identitas merek dan meningkatkan keterbacaan. Penambahan ikon WhatsApp dan deretan bintang berfungsi sebagai

simbol kemudahan pemesanan dan gambaran kualitas produk yang baik.



Gambar 6. Hasil desain kemasan inovatif

Desain stiker “Manjur Aneka Kue Tradisional” menggunakan bentuk lingkaran dengan dominasi warna hijau zaitun dan putih. Warna hijau melambangkan kesegaran bahan alami dan kesan tradisional, sedangkan warna putih pada teks memberi kesan bersih dan mudah dibaca. Ilustrasi topi koki di bagian atas melambangkan keahlian dan kualitas dalam pengolahan makanan. Tulisan “Manjur” dibuat dengan gaya huruf tebal dan melengkung untuk memberikan kesan ramah serta mudah diingat sebagai identitas merek. Adanya teks “Aneka kue tradisional” memperjelas jenis produk yang dijual, yaitu makanan khas tradisional.



Gambar 7. Hasil desain kemasan inovatif

Desain “Buko Pandan – Homemade with Love” menggunakan warna hijau pastel yang lembut, mencerminkan aroma pandan dan kesegaran bahan alami. Pada bagian tengah, terdapat gambar Buko Pandan yang menonjolkan bentuk, tekstur, dan kelembutan produk sehingga konsumen langsung mengetahui jenis makanan yang ditawarkan. Penggunaan warna hijau memberi kesan bersih, alami, dan menyegarkan. Kalimat “Homemade with Love” menambahkan nilai emosional, menunjukkan bahwa produk dibuat secara rumahan dengan ketulusan dan perhatian. Informasi kontak seperti Instagram dan nomor WhatsApp dimasukkan untuk memudahkan pelanggan memesan,

sehingga stiker berfungsi tidak hanya sebagai label, tetapi juga sebagai alat promosi.

Pemilik UMKM memberikan tanggapan yang sangat positif terhadap desain logo yang telah dibuat karena dinilai mampu merepresentasikan identitas usaha secara jelas dan menarik. Mereka merasa logo tersebut sesuai dengan visi dan karakter produk, sehingga dapat memperkuat citra merek di mata konsumen. Selain itu, pemilik UMKM menilai kombinasi warna, bentuk, dan tipografi dalam logo sudah tepat dan mudah dikenali. Logo ini juga dianggap memiliki daya tarik visual yang baik sehingga berpotensi meningkatkan minat pelanggan. Secara keseluruhan, pemilik UMKM merasa puas dan yakin bahwa logo tersebut dapat membantu meningkatkan profesionalitas dan kepercayaan terhadap usaha mereka dan Respon dari pihak UMKM menunjukkan rasa puas dan bangga karena logo baru terlihat lebih profesional dibandingkan sebelumnya. Pemilik UMKM juga menyatakan bahwa mereka merasa lebih percaya diri untuk memasarkan produk menggunakan logo tersebut, baik pada kemasan maupun media promosi. Secara keseluruhan, UMKM menyambut baik hasil desain dan berharap logo ini dapat membantu meningkatkan citra dan daya saing usaha mereka.

Kesimpulan

Kegiatan KKN di Kelurahan Matabubu yang berfokus pada diversifikasi dan pengembangan kemasan inovatif bagi pelaku UMKM memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas produk lokal. Melalui tahapan persiapan, penyuluhan, pendampingan desain, hingga evaluasi dan diseminasi hasil, pelaku UMKM memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya kemasan sebagai bagian dari strategi pemasaran. Kemasan yang inovatif bukan hanya meningkatkan daya tarik visual produk, tetapi juga memperkuat identitas lokal Matabubu, menambah nilai jual, dan membantu produk menjadi lebih kompetitif di pasar.

Program ini berhasil memberikan alternatif desain kemasan yang lebih modern, fungsional, dan mudah diterapkan oleh pelaku usaha. Selain itu, kegiatan KKN juga mendorong terjadinya transfer pengetahuan, sehingga UMKM mampu mengembangkan dan mereplikasi desain kemasan secara mandiri di masa mendatang. Secara

keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan ekonomi lokal dan membuka peluang bagi UMKM Matabubu untuk berkembang lebih berkelanjutan.

Saran

Untuk meningkatkan efektivitas pengembangan kemasan inovatif bagi pelaku UMKM di Kelurahan Matabubu, diperlukan upaya berkelanjutan dari berbagai pihak. Pemerintah kelurahan diharapkan dapat memberikan dukungan berupa pelatihan rutin, fasilitasi akses permodalan, serta pendampingan dalam proses legalitas dan pemasaran. Pelaku UMKM juga perlu lebih proaktif dalam menerapkan desain kemasan yang menarik, fungsional, dan sesuai kebutuhan pasar, serta terus mengikuti perkembangan tren kemasan perguruan tinggi atau lembaga pendamping agar UMKM mendapatkan wawasan baru, inovasi teknologi, dan peningkatan kualitas produk secara berkelanjutan. Dengan kolaborasi yang baik, pengembangan kemasan inovatif di Kelurahan Matabubu dapat berdampak signifikan pada peningkatan daya saing produk lokal.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) UHO atas dukungan finansial selama pelaksanaan pengabdian KKN Tematik ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada masyarakat Desa Kelurahan Matabubu yang telah antusias dalam berpartisipasi sehingga ini menjadi inti keberhasilan pelatihan dari program KKN Tematik kami.

Daftar Pustaka

- Al Ardi, A. N., Nadhirah, A., Saadillah, D., Kurniawati, D., & Eka, F. (2024). Strengthening the competitiveness of presto milkfish through increasing entrepreneurial spirit and packaging innovation. *Community Empowerment*, 9(1), 10-17. <https://doi.org/10.31603/ce.9279>
- Badri, R. E., Pratisti, C., & Putri, A. S. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 347-353. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1268>
- Firdaus, J., Hidayat, N., Arifah, H. K. N., Awan, E., & Zulkarnain, R. (2025). Penguatan Branding UMKM Camilan Khas Madura melalui Pelatihan dan Pendampingan Desain Logo untuk Meningkatkan Nilai Tambah Produk: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(1), 6422-6427. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2652>
- Hayati, S. R., Putri, S. A. M., & Suwarsi, A. A. (2020). Inovasi Produk dan Kemasan pada Industri Rumahan Kaos di Dusun Mejing Wetan Desa Ambarketawang Kecamatan Gamping Kabupaten Sleman. *Transformatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 87-100. <https://doi.org/10.22515/tranformatif.v1i2.2985>
- Isnawati, L., Hidayah, N., Yazidurrahman, R., Fahmi, M. R., Khotimah, B. K., Trisnanto, S. S., ... Motmainnah, N. (2025). Halal Certification Assistance for Micro and Small Enterprises Producing Traditional Medicine Products through Participatory Work Lectures: Pendampingan Sertifikasi Halal Bagi UMK Produk Obat Tradisional Melalui Kuliah Kerja Partisipatif. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tropis Indonesia*, 1(1), 12–16. Retrieved from <https://journals.widhatulfaeha.id/index.php/jpmti/article/view/134>
- Khurnia, S. L., Zaki, A., Mahfudhoh, D. H., Ilmiyah, D. E. M. A., Ardiansyah, D., & Hakkam, N. A. (2025). Optimalisasi Daya Saing UMKM Melalui Strategi Personal Branding di Era Digital. *Nusantara Community Empowerment Review*, 3(1), 36-41. <https://doi.org/10.55732/ncer.v3i1.1396>
- Mulyadi, M., Hardiyanti, E., Suryana, N., & Anwar, A. (2024). Pemberdayaan UMKM melalui inovasi kemasan dan strategi digital marketing pada produk

- herbal di Sukabumi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 45–55.
- Mustofa, M. S., Wijayanti, T., Putri, N. A., Saptariana, S., Kurniawan, M. A., Hermawan, D., & Melynda, M. (2022). Peningkatan keterampilan warga Kelurahan Pakintelan dalam pengolahan produk lokal sebagai upaya mewujudkan kampung wisata. *Jurnal Abdimas*, 26(1), 1-7.
<https://doi.org/10.15294/abdimas.v26i1.37398>
- Najib, M., Ramadani, D., & Safitri, N. (2022). Desain kemasan inovatif sebagai upaya meningkatkan daya saing produk home industry UMKM. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6), 2055–2063.
- Putra, A., Sari, N., & Hadi, M. (2021). Strategi Diseminasi Inovasi Produk UMKM untuk Peningkatan Daya Saing. *Jurnal Pengembangan Ekonomi*, 12(3), 78-86.
- Ratnayani, R., Wahyu, S., Riyadi, S. A., & Agestika, L. (2023). Peningkatan produksi, diversifikasi dan pengemasan produk pada UMKM gula aren di Cianjur Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 6(1), 53-61.
<https://doi.org/10.30591/japhb.v6i1.4380>
- Saputra, R. (2020). Analisis Kebutuhan dan Potensi UMKM dalam Pengembangan Produk. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 112-120.
- Soedarso, S., Utomo, C., Suryani, A., Endarko, E., & Ahmad, I. S. (2023). Peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Lumajang melalui pendampingan kemasan dan pemasaran produk. *SEWAGATI, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 297-305.
<https://doi.org/10.12962/j26139960.v7i3.466>
- Sudaryanti, D., Bastomi, M., & Sholehuddin, S. (2022). Peningkatan penjualan produk industri kreatif melalui pelatihan packaging dan packing di RW 01 Kelurahan Kedungkandang Kota Malang. *RESWARA: Jurnal Pengabdian kepada masyarakat*, 3(2), 434-441.
<https://doi.org/10.46576/rjpkkm.v3i2.186>
- Taufiqurrahman, M. (2023). Pengembangan dan Implementasi Strategi Pemasaran Inovatif untuk Produk Rengginang Mini dalam Industri Makanan Ringan Metode Analisis SWOT dan Marketing MIX. *JUTIN: Jurnal Teknik Industri Terintegrasi*, 6(4), 1336-1344.
<https://doi.org/10.31004/jutin.v6i4.20927>
- Wahyuni, L., & Kusuma, H. (2019). Peran Kolaborasi dalam Inovasi Desain Kemasan UMKM. *Jurnal Desain Produk*, 8(1), 45-53.
- Wulandari, S., & Indraswari, A. (2023). Perancangan desain kemasan sebagai identitas budaya pada UMKM kue tradisional di Jakarta. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat (JPTAM)*, 5(4), 1800–1809.