

Product Packaging Innovation as a Means of Increasing Consumer Attractiveness in UMKM Kubang Jaya Village

Inovasi Pengemasan Produk sebagai Sarana Peningkatan Daya Tarik Konsumen pada UMKM Desa Kubang Jaya

Sutarti*¹, Anharudin², Budi Maulana³

^{1,2,3}Universitas Serang Raya

^{1,2,3}Program Studi Sistem Komputer, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Serang Raya

*e-mail: sutarti86@gmail.com¹, anhar.dean@gmail.com², budimaulana1724@gmail.com³

Abstract

Many efforts can be made to improve and develop MSMEs. One of them is to improve product quality and packaging. Unique, attractive and creative packaging will invite the desire to buy the product. In Kubang Jaya Village there are several MSME businesses, which are engaged in various fields, and some are engaged in food processing. To increase product sales, it is necessary to innovate, one of which is packaging innovation. This community service activity is focused on socializing the importance of packaging innovation with the aim of providing insight into the importance of various attractive and contemporary packaging to improve and develop the business going forward. Service activities include observation, planning, outreach, implementation and evaluation. After delivering the material, discussing, providing feedback and asking questions it was discovered that some participants were interested in designing their product packaging to make it more attractive. Karang Taruna youths were inspired to change the rice packaging of their wares into rice bowl packaging. Some youths even process emping products into various flavors with attractive packaging designs.

Keywords: Innovation, Interesting, MSME, Packaging, Product

Abstrak

Terdapat berbagai cara dan siasat yang dapat digunakan untuk meningkatkan dan mengembangkan UMKM. Salah satunya adalah meningkatkan kualitas produk dan kemasannya. Kemasan yang kekinian, menarik, aman bagi kesehatan, dan ramah lingkungan akan mampu memberikan nilai tambah bagi sebuah produk. Di Desa Kubang Jaya terdapat beberapa usaha UMKM, yang bergerak di berbagai bidang, dan sebagian bergerak di bidang olahan makanan. Untuk meningkatkan penjualan produk tersebut perlu dilakukan inovasi, salah satunya inovasi kemasan atau packaging. Kegiatan pengabdian masyarakat ini difokuskan pada sosialisasi pentingnya inovasi kemasan dengan tujuan memberikan wawasan pentingnya berbagai kemasan yang menarik dan kekinian untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha ke depannya. Kegiatan pengabdian meliputi observasi, perencanaan, sosialisasi, pelaksanaan dan evaluasi. Setelah penyampaian materi, diskusi, pemberian tanggapan dan tanya jawab diketahui bahwa sebagian peserta tertarik untuk mendesain kemasan produknya agar lebih menarik. Pemuda karang taruna terinspirasi untuk mengubah kemasan nasi bungkus dagangannya menjadi kemasan rice bowl. Bahkan beberapa pemuda mengolah produk emping menjadi aneka rasa dengan desain kemasan yang menarik.

Kata kunci: Inovasi, Kemasan, Menarik, Produk, UMKM

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha atau bisnis yang dijalankan dan dikembangkan oleh perorangan, rumah tangga, kelompok, badan usaha skala kecil, dan juga badan usaha skala menengah. Tahun 2018, dilihat pada data yang bersumber dari Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM), pelaku usaha UMKM berjumlah sebanyak 64,2 juta yang merupakan 99,99% dari keseluruhan pelaku usaha yang ada di Indonesia. UMKM ini mampu menyerap tenaga kerja sebesar 117 juta pekerja. Jumlah ini merupakan 97% dari jumlah tenaga kerja dunia usaha. UMKM memberikan kontribusi terhadap perekonomian nasional (PDB) yang cukup besar yaitu sebesar 61,1% (Sasongko, 2020).

UMKM di Indonesia terus mengalami perkembangan dan peningkatan dari sisi kualitas dan kuantitas. Hal ini juga tidak lepas dari adanya dukungan berkesinambungan dari pemerintah bagi pengembangan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku usaha UMKM. Dukungan ini sangat berarti bagi perekonomian warga dan berguna untuk menstabilkan dan memperkuat pondasi ekonomi bangsa. Revolusi digital 4.0 juga membawa perubahan besar bagi UMKM. Dengan adanya perubahan cara belanja konsumen dari *offline* ke *online* mampu meningkatkan jangkauan pemasaran (Kurniasih, 2021).

Banyak cara dan siasat yang dapat digunakan untuk meningkatkan dan mengembangkan UMKM. Salah satu upayanya adalah meningkatkan kualitas produk dan layanan. Upaya ini terbukti banyak memberikan hasil yang positif. Produk UMKM sebaiknya mempunyai nilai jual yang bagus dan juga jaminan mutu produk sehingga nantinya tidak kalah saing dengan produk sejenis (Rozikan, 2022). Kualitas produk juga harus selalu ditingkatkan agar pendapatan ekonomi juga meningkat (Andi, Dharma and Gamayuni, 2021). Proses produksi dengan memanfaatkan teknologi tepat guna, seperti contohnya menggunakan mesin spinner pada olahan makanan ringan dapat mengurangi kandungan minyak pada makanan sehingga kualitas produk meningkat (Nasrudin et al., 2018). Mesin *vacum sealer* dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pada pengemasan produk (Suharianto et al., 2022). Penggunaan *induction sealing* pada segel kemasan dalam botol dapat menjaga kesegaran produk lebih lama..Penggunaan mesin penggiling dapat dilakukan untuk mengurasi proses manual sehingga produksi bisa meningkat (Ritonga et al., 2021). Penyediaan fasilitas produksi yang berkualitas dan higienis merupakan hal penting dalam suatu produk olahan, terutama olahan makanan (Sipahutar et al., 2022). Manajemen proses produksi yang efisien dan efektif terbukti memberikan pengaruh positif pada peningkatan kualitas produk serta meningkatkan produktifitas kerja.

Rebranding juga bisa menjadi alternatif cara agar kualitas produk meningkat di mata konsumen (Prihatiningtyas et al., 2021). Pembuatan logo dan pendaftaran *merk* dagang atau *brand* perlu dilakukan oleh pelaku UMKM (Wiyanto et al., 2021). Pendaftaran legalitas usaha seperti PIRT juga perlu dilakukan sebagai upaya peningkatan jaminan mutu produk (Ulum et al., 2022). Selain PIRT, pendaftaran BPOM dan label halal akan semakin meyakinkan calon pembeli mengenai produk yang dipasarkan.

Tindakan-tindakan lain yang dapat diaplikasikan dalam peningkatan kualitas adalah terus mengamati perkembangan produk dan mengembangkan produk, mengamati apakah produk tersebut masih relevan, meningkatkan kualitas manajemen, pemanfaatan atribut produk yang unik dan menarik serta melakukan diferensiasi produk (Ardhiani et al., 2022). Sebagai contoh inovasi desain batik dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas dan keanekaragaman produksi batik (Astawinetu et al., 2021). Inovasi produk lain yaitu berupa *t-shirt* dapat dilakukan dengan memadukan kearifan budaya lokal dan juga unsur religius (Hayati et al., 2020). Produk yang biasa dijual dalam bentuk bahan mentah dapat ditingkatkan nilai jualnya dengan cara menjual produk olahannya. Seperti ikan bandeng, dapat dijual dalam bentuk olahan yang berupa abon ikan bandeng (Sugito et al., 2018).

Berbagai strategi pemasaran perlu dilakukan agar produk semakin dikenal luas. Menjaga hubungan baik pada pelanggan dan menambah relasi, mengikuti aneka bazar dan pameran untuk makin mengenalkan produk lebih luas lagi. Berbagai strategi pemasaran baru dan yang menyesuaikan dengan tren sangat penting untuk dilakukan agar mampu tidak kalah dalam persaingan yang kian ketat (Widaninggar et al., 2022). Bahkan sekarang juga berkembang strategi pemasaran berbasis syariah (Rohmansyah dan As'ad, 2022),

Komersialisasi produk dapat dilakukan dengan memanfaatkan adanya teknologi informasi agar tetap mampu berdaya saing (Purwaningsih, Muslikh and Suhaeri, 2019). memperluas pemasaran dan promosi produk dengan memanfaatkan media sosial (Suryani et al., 2022) dan *platform e-commerce* (Nasution et al., 2022), *marketplace* (Suhermin et al., 2022).

Pengelolaan keuangan usaha merupakan hal penting dan tidak bisa disepelekan. Banyak ditemukan usaha perorangan maupun rumah tangga tidak mengetahui kondisi keuangan

usahanya karena tercampur dengan keuangan lainnya. Pengetahuan akuntansi sederhana akan membantu dan memberikan manfaat dalam pengelolaan keuangan usaha, sehingga dapat merencanakan pengelolaan dana secara cermat dan efisien sehingga ke depan usahanya makin berkembang (Subarkah & Ma'ruf, 2020).

Salah satu kunci peningkatan UMKM lainnya adalah mengikuti perkembangan tren. Tren dari sisi produk maupun kemasan. Awalnya kemasan (*packaging*) produk hanya berfungsi sebagai pelindung dan pembungkus produk serta untuk memudahkan produk untuk dibawa ke mana saja. Kemasan yang menarik dan kekinian juga sudah terbukti mampu meningkatkan omset penjualan (Maryanti dan Eliza, 2022). Kemasan yang kekinian, menarik, aman bagi kesehatan, dan ramah lingkungan akan mampu memberikan nilai tambah bagi sebuah produk (Yuliani & Widyakanti, 2020). Oleh karena itu sangat disayangkan jika suatu produk mempunyai kualitas yang bagus namun orang tidak berniat membeli produk tersebut karena kemasan yang tidak sesuai dengan kualitas produknya.

Di Desa Kubang Jaya terdapat beberapa usaha UMKM, yang dijalankan oleh pemuda dan juga ibu rumah tangga. Usaha tersebut bergerak di berbagai bidang, dan sebagian bergerak di bidang olahan makanan. Beberapa inovasi pun telah dilakukan. Ada seorang ibu produsen makanan ringan telah memperluas pemasarannya melalui media sosial whatsapp sehingga mencapai pemasaran hingga ke Tangerang. Beliau juga bisa menerima pesanan melalui whatsapp. Beberapa pemuda memulai usaha makanan dengan konsep kekinian dengan aneka jenis masakan. Namun beberapa ibu penjualan gorengan dan aneka makanan lainnya masih menjalankan usahanya dengan konsep seadanya seperti sebelum-sebelumnya.

Untuk meningkatkan penjualan produk-produk UMKM di Desa Kubang Jaya perlu dilakukan inovasi di berbagai hal. Salah satunya inovasi di bagian kemasan atau *packaging*. Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini difokuskan pada sosialisasi pentingnya inovasi kemasan dalam upaya mengembangkan usaha. Dengan adanya kegiatan masyarakat ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai berbagai kemasan yang menarik dan kekinian. Selain itu juga memberikan informasi akan pentingnya kemasan yang inovatif agar penjualan produk bisa meningkat.

2. METODE

Mitra dari kegiatan pengabdian masyarakat adalah para pemuda anggota karang taruna yang juga mempunyai usaha di bidang kuliner dan ibu-ibu rumah tangga yang mempunyai usaha di bidang kuliner di Desa Kubang Jaya Kecamatan Petir Serang Provinsi Banten. Peserta kegiatan sebanyak 15 orang. Pelaksanaan kegiatan dilakukan kurang lebih selama satu bulan, yang meliputi proses persiapan hingga tahap evaluasi kegiatan. Kegiatan pelatihan dilaksanakan di kantor kelurahan Desa Kubang Jaya. Tahapan kegiatan yang dilakukan meliputi:

1. Kegiatan observasi

Kegiatan observasi bertujuan untuk menentukan lokasi dan mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Selain itu juga bertujuan untuk bersilaturahmi dengan pimpinan masyarakat.

2. Perencanaan kegiatan

Pada tahap ini didiskusikan mengenai rencana kegiatan agar program berjalan secara terarah dan kegiatan memberikan dampak positif bagi mitra peserta pelatihan. Pada tahap ini juga dilakukan penyusunan proposal kegiatan pengabdian.

3. Sosialisasi kegiatan

Sosialisasi dilaksanakan dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada mitra mengenai pelaksanaan kegiatan dan juga program-program yang akan dijalankan.

4. Pelaksanaan kegiatan

Kegiatan inti pada pengabdian masyarakat ini adalah seminar mengenai pentingnya inovasi kemasan dalam meningkatkan daya tarik bagi konsumen. Seminar dilanjutkan dengan sesi tanggapan, diskusi dan tanya jawab dengan peserta.

5. Evaluasi

Kegiatan evaluasi dilakukan untuk mengetahui hasil yang dicapai dari kegiatan serta untuk mengetahui kekurangannya agar dapat dilakukan perbaikan ke depannya.

6. Penyusunan Laporan

Penyusunan laporan bertujuan agar kegiatan terdokumentasi dengan baik dan dapat dibuat artikel agar dapat menjadi rujukan bagi kegiatan selanjutnya. Keseluruhan tahapan kegiatan tersusun seperti bagan pada gambar 1.



Gambar 1. Tahapan kegiatan pengabdian masyarakat

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menentukan mitra kegiatan, sebelumnya dilakukan diskusi anggota tim dan juga mahasiswa. Kegiatan ini untuk menentukan tempat dan juga target sasaran kegiatan. Setelah menemukan beberapa alternatif tempat, maka perwakilan tim dan mahasiswa melakukan survei ke lokasi. Melihat kondisi di masyarakat dan melakukan silaturahmi ke rumah bapak Kepala Desa Kubang Jaya. Pada saat observasi, tim berkunjung ke kediaman bapak Kepala Desa dan beliau mendukung adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Setelah mendapat persetujuan, kemudian bersilaturahmi ke rumah perangkat desa lainnya dan mendapat sambutan yang baik. Dokumentasi observasi dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Silaturahmi ke (a) Kepala Desa dan (b) Perangkat desa Kubang Jaya

Dari kegiatan observasi diketahui bahwa di Desa Kubang Jaya terdapat beberapa pelaku UMKM. Pihak kepala Desa menyarankan agar kegiatan usaha ini mendapat pelatihan agar dapat berkembang lagi ke depannya. Langkah selanjutnya adalah melakukan survei langsung ke lokasi usaha para mitra, untuk mengetahui kondisi dan menggali potensi yang dapat dikembangkan. Dari kegiatan ini diketahui bahwa produk olahan makanan dan cemilan masih menggunakan

kemasan karton dan plastik biasa yang direkatkan menggunakan api atau hektek. Produk tersebut juga belum menggunakan merk.

Setelah program kerja disetujui pihak mitra, maka dilakukan penyusunan proposal kegiatan untuk mendapatkan persetujuan pimpinan unit kerja dan LPPM Universitas Serang Raya. Setelah mendapatkan persetujuan, maka tim segera menyusun program kerja, materi kegiatan, lokasi kegiatan seminar, pembagian tugas bagi tim dan mahasiswa serta melakukan persiapan lain untuk mendukung terlaksananya kegiatan. Setelah program kerja dan materi tersusun dengan baik, sebelum kegiatan berlangsung dilakukan koordinasi semua anggota tim. Semua tim pengabdian mendapatkan pembagian tugas sesuai dengan kelebihan dan keahliannya serta menjalankannya dengan sebaik-baiknya.

Setelah semua persiapan sudah dilakukan dengan matang, dan tempat kegiatan sudah ditentukan, maka langkah selanjutnya dilakukan langkah sosialisasi ke pihak kelurahan bersamaan dengan sosialisasi kegiatan KKM lainnya. Pada kegiatan sosialisasi ini dihadiri pihak Kepala Desa, perangkat desa serta tokoh masyarakat seperti terlihat pada gambar 3. Setelah kegiatan sosialisasi, para mahasiswa mengantarkan undangan ke para pemuda karang taruna dan juga pelaku UMKM.



Gambar 3. Sosialisasi ke pihak kelurahan dan tokoh masyarakat

Kegiatan pengabdian mendapatkan dukungan dari peserta seminar dan awali dengan pengisian bukti kehadiran kemudian dilanjutkan dengan penyampaian materi seperti pada gambar 4.



(a) (b)
Gambar 4. (a) Pengisian daftar kehadiran (b) Pelaksanaan seminar

Pada seminar ini memberikan gambaran mengenai pentingnya kemasan yang menarik. Peserta diberikan perbandingan beberapa produk kemasan dan bersama-sama mengkaji kelebihan dan kekurangannya. Beberapa contoh kemasan yang disajikan dalam materi seminar dapat dilihat pada gambar 5.



Sumber: google.com

Gambar 5. Kemasan Produk (a) sebelum inovasi (b) dengan inovasi

Beberapa pelaku UMKM masih beranggapan bahwa yang penting produk laku dan merasa kemasan tidak harus bagus. Namun kenyataannya, konsumen ada yang membeli suatu produk bahkan sebelum melihat isinya karena kemasan yang menarik. Sebagian peserta pelatihan beranggapan bahwa inovasi kemasan harganya cukup mahal dan membebani biaya produksi. Sehingga menimbulkan kekhawatiran untung berkurang atau berkurangnya penjualan karena produk dijual lebih mahal dari harga jual biasanya. Pada kenyataannya, inovasi kemasan tidak selalu mahal, kemasan yang menarik dan inovatif bisa dibuat dengan cara yang mudah dan murah. Kemasan kekinian dan siap pakai banyak dijual di *market place* dengan harga yang terjangkau. Bagi pelaku UMKM yang menjual produk olahan makanan, dapat membuat kemasan makanan yang berbeda dan unik dari yang lainnya misalnya kemasan dibentuk dengan unik, kemudian juga dapat dengan menambah gambar yang mudah diingat oleh konsumen. Hal tersebut tidak memakan biaya yang banyak. Inovasi tersebut dapat dilakukan metode amati, tiru dan modifikasi. Mengamati kemasan produk sejenis, kemudian dipilih kemasan yang cukup menarik untuk ditiru kemudian dimodifikasi sesuai keunikan yang diinginkan.

Setelah diskusi, pemberian tanggapan dan tanya jawab diketahui bahwa sebagian peserta tertarik untuk mendesain kemasan produknya agar lebih menarik. Dengan kemasan yang menarik, dapat meningkatkan target menjadi produk oleh-oleh daerah yang akan menjadi buah tangan jika berkunjung ke daerah Serang. Pemuda karang taruna terinspirasi untuk mengubah kemasan nasi bungkus dagangannya menjadi kemasan *rice bowl* yang kekinian. Bahkan beberapa pemuda berinisiatif untuk mengolah produk emping menjadi aneka rasa dengan desain kemasan yang menarik. Hasil inovasi tersebut dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6. Inovasi aneka rasa dan kemasan olahan emping

Pada penyusunan laporan, disusun artikel publikasi dari kegiatan pengabdian masyarakat, sertifikat peserta pelatihan dan pemateri, surat keterangan dari kelurahan yang menyatakan bahwa telah dilaksanakan kegiatan pengabdian, dokumentasi kegiatan serta daftar hadir peserta seminar.

Dari keseluruhan kegiatan dapat diketahui semuanya berjalan dengan baik dan mendapatkan dukungan dari mitra UMKM dan pimpinan desa. Kegiatan memberikan dampak positif dengan munculnya inovasi kemasan olahan emping. Namun karena keterbatasan waktu, jarak dan lain hal, pengabdian masyarakat ini belum memberikan dampak yang luas ke UMKM yang lain. Selain itu juga belum melakukan *monitoring* secara menyeluruh mengenai pengaruh kegiatan ini terhadap prosentase kenaikan omset penjualan. Sehingga kegiatan ke depannya perlu dilakukan kajian mengenai pengaruh perubahan ini terhadap penjualan. Ada banyak kegiatan dan upaya lain yang bisa digunakan untuk meningkatkan omset penjualan. Sehingga ke depannya dapat juga dilakukan kegiatan lanjutan yaitu berupa pendampingan dalam *online marketing* dan pembuatan laporan keuangan.

4. KESIMPULAN

Dari serangkaian kegiatan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa peserta semakin memahami bahwa produk yang baik perlu didukung kemasan yang menarik pula. Beberapa peserta berinisiatif mengubah kemasan produknya dan dampaknya kualitas produk meningkat. Kekurangan dari kegiatan ini adalah karena keterbatasan waktu belum melakukan *monitoring* secara menyeluruh mengenai pengaruh kegiatan ini terhadap prosentase kenaikan omset penjualan. Sehingga kegiatan ke depannya perlu dilakukan kajian mengenai pengaruh perubahan ini terhadap penjualan. Selain itu dapat juga dilakukan kegiatan lanjutan yang berupa pendampingan dalam *online marketing* dan pembuatan laporan keuangan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan segala hormat, kami haturkan terima kasih kepada 1) Rektor Universitas Serang Raya Bapak Dr. H. Hamdan, M.M. atas dukungan dan pendanaan yang diberikan, 2) Kepada Ketua LPPM Universitas Serang Raya Bapak Dr. Ing Farid Wajdi, M.Sc. beserta semua jajarannya di LPPM yang telah mendukung kegiatan, 3) Kepala Desa Bapak Maulana Adam Solihin, S.E. dan pelaku usaha Kubang Jaya Petir yang telah berkenan menjadi mitra kegiatan pengabdian, 4) Rekan Tim pengabdian Ibu Ratu Dea Mada B, S.S, M. Pd. dan Bapak Diki Susandi, M.Kom. serta Mahasiswa KKM Unsera yang sudah banyak berkontribusi waktu, tenaga, pikiran dan sebagainya agar terselenggara program PKM serta 5) Seluruh pengelola jurnal Dinamisia yang berkenan menerbitkan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi, K., Dharma, F., & Gamayuni, R. (2021). Pelatihan Peningkatan Kualitas Produk dan Pemasaran Usaha Bubuk Biji Salak di Desa Sungai Langka, Kabupaten Pesawaran. *Yumary : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 203–209. <https://doi.org/10.35912/yumary.v1i4.71>
- Ardhiani, M. R., Dwiarta, I. M. B., & Asj, F. (2022). Strategi Peningkatan Kualitas Dan Kontinuitas Produk UMKM Kelurahan Sepanjang Sidoarjo. *EKOBIS ABDIMAS*, 3, 46–50.
- Astawinetu, E. D., Wijayanti, Y. K., & Hidayati, C. (2021). Inovasi Desain Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Batik. *PLAKAT: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 3(2), 182–193.
- Hayati, S. R., Amelia, S., & Putri, M. (2020). Inovasi Produk dan Kemasan pada Kecamatan Gamping Kabupaten Sleman. *Transformatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 87–100.
- Kurniasih, W. (2021). *Pengertian UMKM: Kriteria, Aturan, Peran dan Contoh - Gramedia Literasi*. (n.d.). Retrieved Desember 18, 2023, from <https://www.gramedia.com/literasi/umkm/>
- Maryanti, S. dan Eliza, Y. (2022). Pelatihan Peningkatan Kualitas Produk dan Kemasan Produk. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6), 1602–1611.
- Nasrudin, I., Munandar, A., & Nurwathi. (2018). Peningkatan Kualitas Produk Makanan Ringan Kelompok Usaha Kecil Menengah di Kecamatan Cobleng Kota Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 40-46
- Nasution, N., Nasution, F. B., & Hasan, M. A. (2022). Pelatihan Marketing Online dan Workshop E-Commerce untuk Meningkatkan Pemasaran pada Kelompok Pengrajin Rotan Kota Pekanbaru. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6), 1591–1601.
- Prihatiningtyas, S., Fahimah, M., Pertiwi, N. A. S., Umardiyah, F., & Fitri, N. N. V. (2021). Rebranding Produk Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Produksi Jamu di Desa Mojokambang Jombang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 487. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i3.33535>
- Purwaningsih, E., Muslikh & Suhaeri. (2019). Peningkatan Kualitas Produk UMKM Kampung Wisata Bisnis Tegal Waru dalam Upaya Komersialisasi Produk Berdaya Saing dan Berbasis Informasi Teknologi. *Jurnal ABDIMAS Unmer Malang*, 4, 51–57.
- Ritonga et al. (2021). Peningkatan Kualitas Produk Olahan Jamu Tradisional pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Kolam. *INTEGRITAS : Jurnal Pengabdian*, 5(2), 324–331.
- Rohmansyah dan As'ad, S. (2022). Strategi Pemasaran terhadap Produksi Abon Ikan Lele Berbasis Syariah di Daerah Padon Sendangrejo. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6), 1420–1427.
- Rozikan, R. (2022). Pendampingan Peningkatan Kualitas Produk Usaha Mikro Kecil Menengah. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 20, 1788–1795. <https://doi.org/10.18196/ppm.44.754>
- Sasongko, D. (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. (n.d.). Retrieved Desember 20, 2023, from <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Sipahutar, H., Harahap, M. H., Ramadhani, I., Panggabean, D.D., Syah, D.H (2022). Peningkatan Kualitas Produk Tempe Melalui Penerapan Teknologi Terpadu Sistem Filter Air Di Desa Kolam Kecamatan Percut Sei Tuan. *KALANDRA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 01(September), 114–122.
- Subarkah, J., & Ma'ruf, M.H. (2020). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Bagi Usaha Mikro Kecil (UMK) di Desa Pandeyan Kecamatan Pandeyan Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal BUDIMAS*, 02(01), 153–156.
- Sugito, Prahutama, A., & Tarno. (2018). Pengabdian Masyarakat Pengembangan Produk UMKM Olahan Ikan Bandeng. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 1, 738–742.
- Suharianto, J., et al. (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.
- Suhermin, Rarnadhani, Y. C., & Subardjo, A., (2022). Pelatihan Inovasi Marketplace Bagi UMKM. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6), 1572–1577.

- Suryani, Y., Sulistyningtyas, T., Supriadi, A., Febriyanti, E. A., & Aini, Q. Q. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Branding Komunitas Perajin Sulam Tali di Kabupaten Ketapang. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 6(6), 1689–1696.
- Ulum, A. S., Theressa, T. D., Firmansyah, A., & Rohman, F. (2022). Peningkatan Kualitas Produk Umkm Melalui Digital Marketing dan Legalitas Produk di Desa Cerme. *Jurnal Terapan Abdimas*, 8(1), 16–24. <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/JTA/article/view/13173>
- Widaninggar, N., Amin, S., & Sari, N.K. (2022). Peningkatan Kualitas Produk dan Perluasan Pasar Keripik Singkong "Ensi" di Desa Tegalsari, Kecamatan Ambulu, Kabupaten Jember. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM)*. 02(01).31-38
- Wiyanto et al. (2021). Meningkatkan Kualitas Packing dan Promosi UKM Diana Cake's Desa Jabon Mekar Kecamatan Parung Kabupaten Bogor. *Pekodimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 1(2), 106–118.
- Yuliani, R., & Widyakanti. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan dan Label pada UMKM. *Jurnal KUAT*. 2(2). 71-76