

Edukasi dan Pendampingan UMKM dalam Mengembangkan Kemasan Produk yang Kompetitif di Era Digital 4.0

Rudi Nata

Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Jambi, Indonesia
rudinata@unja.ac.id

Ari Andrianti

Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Jambi, Indonesia
ari.andrianti@unja.ac.id

Miranty Yudistira

Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Jambi, Indonesia
miranty.yudistira@unja.ac.id

Renaldi Yulvianda

Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Jambi, Indonesia
renaldi.yulvianda@unja.ac.id

Willy Bima Alfajri

Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Jambi, Indonesia
willybima.alfajri@unja.ac.id

Oki Dahwanu

Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Jambi, Indonesia
okidahwanu@unja.ac.id

Mochammad Arief Hermawan Sutoyo

Program Studi Informatika Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Jambi, Indonesia
ariefhermawansutoyo@unja.ac.id

Rudi Prihantoro

Program Studi Teknologi Industri Pertanian Fakultas Pertanian, Universitas Jambi, Indonesia
rudiprihantoro@unja.ac.id

Abstract: *Perkembangan era digital 4.0 menuntut pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan daya saing produk, salah satunya melalui inovasi kemasan yang menarik, informatif, dan sesuai dengan preferensi pasar modern. Namun, masih banyak UMKM yang menghadapi keterbatasan dalam pengetahuan desain, pemilihan material, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan kemasan. Kegiatan edukasi dan pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam merancang kemasan produk yang kompetitif dan adaptif terhadap perkembangan digital. Metode yang digunakan meliputi pelatihan, workshop, serta pendampingan langsung dalam proses desain dan evaluasi kemasan produk. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam menciptakan kemasan yang lebih menarik, fungsional, dan sesuai dengan kebutuhan pasar, serta meningkatnya kesadaran akan pentingnya branding dan pemasaran*

Article History:

Received: 15 May 2026

Revised: 07 July 2026

Accepted: 10 July 2026

Correspondent Author

Ari Andrianti
Program Studi Sistem
Informasi Fakultas Sains
dan Teknologi,
Universitas Jambi,
Indonesia
ari.andrianti@unja.ac.id

digital. Dengan demikian, program ini diharapkan mampu mendorong UMKM untuk lebih inovatif dan berdaya saing di pasar lokal maupun global

Keywords: *Pelatihan, Desain, Kemasan Produk, UMKM, Era Digital*

Introduction

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pemerataan ekonomi di berbagai daerah. Di era digital 4.0, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola konsumsi masyarakat, termasuk dalam cara konsumen memilih dan membeli produk secara daring. Kondisi ini menuntut UMKM untuk mampu beradaptasi melalui inovasi produk, pemasaran digital, dan pengembangan kemasan yang lebih kompetitif [1], [2].

Kemasan produk tidak lagi hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga menjadi media komunikasi dan identitas merek yang dapat meningkatkan daya tarik konsumen. Desain kemasan yang menarik, informatif, dan inovatif dapat memberikan nilai tambah terhadap produk UMKM sehingga mampu bersaing di pasar lokal maupun global [3]. Dalam pemasaran digital, tampilan visual produk menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama pada platform e-commerce dan media sosial [4]. Oleh karena itu, kemasan produk yang kreatif dan profesional menjadi kebutuhan penting bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing usahanya.

Namun demikian, masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi berbagai kendala dalam pengembangan kemasan produk. Permasalahan tersebut meliputi keterbatasan pengetahuan tentang desain kemasan, minimnya kemampuan penggunaan teknologi digital, kurangnya pemahaman mengenai branding produk, serta keterbatasan modal untuk melakukan inovasi kemasan [5], [6]. Sebagian besar UMKM masih menggunakan kemasan sederhana yang kurang menarik dan belum mampu mencerminkan identitas produk secara optimal [7]. Kondisi tersebut menyebabkan produk UMKM sulit bersaing dengan produk industri besar yang telah memiliki desain kemasan modern dan strategi pemasaran digital yang kuat.

Transformasi digital pada sektor UMKM menjadi salah satu langkah penting untuk meningkatkan kemampuan adaptasi usaha terhadap perkembangan teknologi dan perilaku konsumen. Pemanfaatan teknologi digital dalam proses desain kemasan, promosi produk, dan pemasaran online dapat membantu UMKM memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan loyalitas pelanggan [8], [9]. Selain itu, integrasi desain kemasan dengan strategi digital marketing terbukti mampu meningkatkan minat beli konsumen dan memperkuat citra merek produk UMKM [10].

Di sisi lain, perkembangan tren konsumen modern juga mendorong munculnya konsep smart packaging dan green packaging yang lebih ramah lingkungan dan memiliki nilai estetika tinggi. Konsumen saat ini tidak hanya mempertimbangkan kualitas produk, tetapi juga memperhatikan aspek visual, keberlanjutan, dan kemudahan akses informasi produk melalui

kemasan [11]. Oleh sebab itu, UMKM perlu memahami pentingnya inovasi kemasan yang sesuai dengan kebutuhan pasar digital dan tren konsumen masa kini.

Peningkatan kualitas kemasan produk UMKM memerlukan adanya edukasi dan pendampingan yang berkelanjutan. Program edukasi dapat memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya desain kemasan, branding, pemilihan material, hingga strategi pemasaran digital. Sementara itu, pendampingan secara langsung dapat membantu UMKM menerapkan hasil pelatihan dalam proses produksi dan pemasaran produknya [12]. Pendampingan yang efektif juga dapat meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam menggunakan aplikasi desain digital dan platform pemasaran online [13].

Beberapa penelitian dan kegiatan pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa edukasi dan pendampingan desain kemasan mampu meningkatkan nilai jual produk, memperluas pasar, serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM [14], [15]. Inovasi kemasan yang dipadukan dengan pemasaran digital bahkan dapat meningkatkan minat beli konsumen secara signifikan [16]. Selain itu, pengembangan desain kemasan berbasis storytelling dan branding juga dinilai efektif dalam membangun identitas produk lokal yang lebih kuat [17].

Era digital 4.0 memberikan peluang besar bagi UMKM untuk berkembang melalui pemanfaatan teknologi dan inovasi produk. Akan tetapi, tanpa adanya kemampuan dalam menciptakan kemasan yang kompetitif, UMKM akan mengalami kesulitan dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat [18]. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan edukasi dan pendampingan yang mampu membantu UMKM memahami strategi pengembangan kemasan produk secara kreatif, inovatif, dan berbasis digital.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan edukasi dan pendampingan UMKM dalam mengembangkan kemasan produk yang kompetitif di era digital 4.0 menjadi sangat penting untuk dilakukan. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pelaku UMKM dalam menciptakan kemasan produk yang menarik, informatif, serta sesuai dengan kebutuhan pasar modern. Dengan adanya program ini, UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk, memperluas pasar, dan memperkuat keberlanjutan usaha di tengah perkembangan ekonomi digital [19], [20].

Method

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 02 Mei 2026. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan pembukaan, pengenalan materi, penyampaian materi mengenai pentingnya kemasan produk di era digital, pendampingan desain kemasan, praktik pengembangan kemasan produk, serta evaluasi pemahaman peserta. Kegiatan ini diikuti oleh 15 peserta yang merupakan pelaku UMKM di Kelurahan Eka Jaya Kota Jambi.

Kegiatan dimulai dengan sosialisasi awal mengenai pentingnya kemasan produk sebagai identitas dan strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital 4.0. Selanjutnya, peserta diberikan edukasi terkait konsep desain kemasan yang menarik, pemilihan bahan kemasan yang sesuai, penggunaan label produk, serta pemanfaatan teknologi digital dalam promosi produk. Pendampingan dilakukan secara bertahap mulai dari pengenalan

elemen desain kemasan, pemilihan warna dan logo, hingga praktik pembuatan desain kemasan sederhana yang sesuai dengan karakteristik produk UMKM masing-masing. Selain itu, peserta juga diberikan panduan dan contoh desain kemasan agar dapat dikembangkan secara mandiri setelah kegiatan berlangsung. Kegiatan diakhiri dengan sesi praktik langsung, diskusi, dan evaluasi pemahaman peserta guna memastikan para pelaku UMKM mampu mengembangkan kemasan produk yang lebih kompetitif, menarik, dan siap bersaing di pasar digital.

Tim pelaksana pelatihan terdiri dari 8 (delapan) orang dosen dengan tugas masing-masing yang dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Tim Pelaksana Pengabdian

No.	Nama Tim Pelaksana	Tugas
1.	Miranty Yudistira	Bertugas sebagai MC (<i>Master of Ceremony</i>) pada kegiatan pengabdian masyarakat
2.	Willy Bima Alfajri	Bertugas sebagai dokumentasi kegiatan pengabdian masyarakat
3.	M. Arief Hermawan	Bertugas membantu koordinasi peserta serta memfasilitasi kebutuhan teknis selama kegiatan pelatihan dan pendampingan berlangsung
4.	Renaldi Yulvianda	Bertugas sebagai operator
5.	Ari Andrianti	Bertugas membuat pelaporan kegiatan pengabdian masyarakat
6.	Rudi Nata	Bertugas memberikan materi pelatihan terkait konsep desain kemasan produk yang menarik dan kompetitif di era digital 4.0
7.	Rudi Prihantoro	Bertugas memberikan materi terkait strategi pengembangan kemasan produk, penggunaan label, branding, serta pemanfaatan media digital untuk pemasaran produk UMKM
8.	Oki Dahwanu	Bertugas mendampingi peserta dalam praktik pembuatan dan pengembangan desain kemasan produk UMKM

Result

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan salah satu program yang diselenggarakan pada setiap semesternya. Oleh karena itu, langkah-langkah yang ditempuh dalam pelaksanaan kegiatan “Edukasi dan Pendampingan UMKM dalam Mengembangkan

Kemasan Produk yang Kompetitif di Era Digital 4.0” dimulai dari tahapan identifikasi kebutuhan, yaitu mengumpulkan informasi terkait permasalahan dan kebutuhan pelaku UMKM dalam mengembangkan kemasan produk yang menarik dan memiliki daya saing di pasar digital. Identifikasi dilakukan melalui wawancara dan diskusi bersama pelaku UMKM mengenai kendala dalam desain kemasan, branding produk, serta strategi pemasaran digital. Selanjutnya, pengurusan izin dilakukan melalui penyampaian surat rencana pelaksanaan pengabdian kepada pihak terkait. Setelah mendapatkan izin, tahapan berikutnya adalah merencanakan jadwal kegiatan, membuat surat tugas, menentukan jumlah peserta, serta mempersiapkan materi pelatihan dan pendampingan mengenai pengembangan kemasan produk.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 02 Mei 2026 yang bertempat di Kelurahan Eka Jaya Kota Jambi. Materi pelatihan yang disampaikan berupa penjelasan mengenai pentingnya kemasan produk sebagai identitas dan strategi pemasaran, teknik desain kemasan yang menarik, pemilihan bahan kemasan yang sesuai, penggunaan label produk, serta pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung promosi produk UMKM. Pelatihan berlangsung selama satu hari, yaitu dari pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 15.00 WIB. Selama kegiatan berlangsung, peserta juga diberikan kesempatan untuk melakukan praktik langsung dalam merancang kemasan produk sesuai dengan karakteristik usaha masing-masing. Kegiatan edukasi dan pendampingan pengembangan kemasan produk UMKM dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pelatihan Desain Kemasan Produk

Hasil kegiatan “Edukasi dan Pendampingan UMKM dalam Mengembangkan Kemasan Produk yang Kompetitif di Era Digital 4.0” menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kemampuan peserta dalam merancang kemasan produk yang lebih menarik, kreatif, dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan, para pelaku UMKM mampu memahami pentingnya kemasan sebagai identitas produk sekaligus strategi pemasaran di era digital. Selain itu, peserta juga memperoleh pengetahuan mengenai pemilihan desain, warna, label, serta penggunaan media digital untuk mendukung promosi produk secara lebih luas.

Kegiatan ini juga mendorong pelaku UMKM untuk lebih inovatif dalam mengembangkan tampilan produk agar mampu bersaing di pasar modern dan digital. Dengan adanya pendampingan secara langsung, peserta dapat mempraktikkan pembuatan desain kemasan sederhana sesuai dengan karakteristik produk masing-masing, sehingga produk UMKM menjadi lebih menarik, profesional, dan kompetitif di pasaran. Pendampingan pengembangan kemasan produk UMKM dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 2. Pendampingan Desain Kemasan Produk

Tanggapan peserta dalam pelaksanaan kegiatan “Edukasi dan Pendampingan UMKM dalam Mengembangkan Kemasan Produk yang Kompetitif di Era Digital 4.0” sangat antusias, karena kegiatan ini dinilai mampu membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas tampilan produk agar lebih menarik, modern, dan memiliki daya saing di pasar digital. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan berbagai manfaat bagi peserta, antara lain: (1) meningkatkan pemahaman tentang pentingnya kemasan sebagai identitas dan media promosi produk, (2) membantu pelaku UMKM dalam merancang desain kemasan yang lebih menarik dan profesional, (3) meningkatkan kreativitas dalam pemilihan warna, logo, dan label produk, (4) meningkatkan nilai jual serta daya tarik produk di mata konsumen, dan (5) mendukung strategi pemasaran digital sehingga produk UMKM lebih mudah dikenal dan bersaing di pasar yang lebih luas. Pendampingan pengembangan desain kemasan produk UMKM dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Pendampingan Strategi Pengembangan Kemasan Produk, Penggunaan Label, Branding, serta Pemanfaatan Media Digital untuk Pemasaran Produk UMKM

Peserta kegiatan “Edukasi dan Pendampingan UMKM dalam Mengembangkan Kemasan Produk yang Kompetitif di Era Digital 4.0” berharap kegiatan ini dapat dilaksanakan secara berkelanjutan, sehingga pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh dapat terus dikembangkan sesuai dengan perkembangan tren pasar dan teknologi digital. Para peserta juga menginginkan adanya pendampingan lanjutan, terutama dalam proses pengembangan desain kemasan, branding produk, serta strategi pemasaran digital agar produk UMKM mampu bersaing secara lebih luas di pasar modern. Dengan adanya kesinambungan program, peserta merasa akan lebih percaya diri dan kreatif dalam menciptakan kemasan produk yang menarik, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Selain itu, para peserta berharap pengembangan kemasan produk dapat menjadi salah satu strategi utama dalam meningkatkan kualitas dan nilai jual produk UMKM. Peserta juga berharap adanya dukungan lanjutan terkait penggunaan media digital dan platform pemasaran online untuk memperluas jangkauan promosi produk. Harapan ini disertai keyakinan bahwa pengembangan kemasan yang dilakukan secara konsisten akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing, citra usaha, serta pertumbuhan ekonomi UMKM secara berkelanjutan. Kegiatan pengembangan desain kemasan produk UMKM dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Pengembangan Desain Kemasan Produk UMKM

Proses evaluasi kegiatan “Edukasi dan Pendampingan UMKM dalam Mengembangkan Kemasan Produk yang Kompetitif di Era Digital 4.0” dilakukan melalui sesi diskusi dan tanya jawab untuk menggali umpan balik secara langsung terkait kendala, pengalaman, serta saran peserta selama mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan. Evaluasi juga mencakup praktik langsung dalam merancang dan mengembangkan kemasan produk guna mengukur kemampuan peserta dalam menerapkan konsep desain, pemilihan warna, penggunaan label, serta strategi branding produk yang telah dipelajari.

Conclusion

Kegiatan “Edukasi dan Pendampingan UMKM dalam Mengembangkan Kemasan Produk yang Kompetitif di Era Digital 4.0” telah berjalan dengan baik dan berhasil meningkatkan pemahaman serta keterampilan para pelaku UMKM dalam mengembangkan kemasan produk yang lebih menarik, kreatif, dan sesuai dengan kebutuhan pasar digital. Melalui tahapan pelatihan dan pendampingan yang sistematis, peserta mampu memahami pentingnya kemasan sebagai identitas produk, memilih desain dan bahan kemasan yang tepat, serta memanfaatkan unsur visual seperti warna, logo, dan label produk untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Adanya panduan yang jelas dan sesi praktik langsung turut memperkuat kemampuan peserta dalam merancang kemasan produk secara mandiri sesuai dengan karakteristik usaha masing-masing.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas dan daya saing produk UMKM di era digital 4.0. Pengembangan kemasan produk yang lebih modern dan inovatif menjadi salah satu strategi penting dalam menarik minat konsumen serta memperluas peluang pemasaran, baik secara langsung maupun melalui platform digital. Dengan adanya kegiatan edukasi dan pendampingan ini, para pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan nilai jual produk, membangun citra usaha yang lebih profesional, serta

menciptakan produk yang lebih kompetitif dan siap bersaing di pasar yang semakin berkembang.

Acknowledgements

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Edukasi dan Pendampingan UMKM dalam Mengembangkan Kemasan Produk yang Kompetitif di Era Digital 4.0”. Ucapan terima kasih disampaikan kepada para pelaku UMKM di Kelurahan Eka Jaya Kota Jambi yang telah berpartisipasi aktif selama kegiatan berlangsung.

Apresiasi juga diberikan kepada tim pelaksana dan seluruh pihak yang turut membantu dalam proses perencanaan, persiapan materi, hingga pelaksanaan kegiatan pendampingan. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan kreativitas dan kemampuan pelaku UMKM dalam mengembangkan kemasan produk yang lebih menarik, inovatif, dan kompetitif sehingga mampu bersaing di era digital 4.0.

References

- [1] B. Robiani, M. Mukhlis, S. Sukanto, H. Hamira, dan D. Apriani, “Peningkatan Kualitas Packaging Produk UMKM Untuk Meningkatkan Penjualan di Desa Sungsang 4,” *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, vol. 5, no. 1, pp. 45–53, 2024.
- [2] Zulkarnain, A. Aulia, N. P. Sari, W. Prastiwinarti, S. Imam, R. Ningtyas, dan D. Silvia, “Pendekatan Sistem Dalam Penerapan Perancangan Kemasan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah,” *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 9, no. 2, pp. 112–120, 2024.
- [3] A. Purnomo, “Pengembangan Inovasi Kemasan untuk Meningkatkan Merek dan Keunggulan Kompetitif bagi UMKM Klanting Sumber Rezeki Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran,” *Jurnal Pengabdian UMKM*, vol. 3, no. 2, pp. 72–76, 2024.
- [4] H. Suprihatin, D. A. Pramitasari, dan A. Hasanah, “Inovasi Packaging dan Pemasaran Digital bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah,” *Amal Ilmiah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 5, no. 2, pp. 254–263, 2024.
- [5] Zhalsabila, A. T. Purwandari, O. N. Samijayani, B. E. Samiono, T. A. Ramadhina, A. Fadillah, dan I. Wahyudi, “Strategi Pengembangan Kemasan Produk untuk UMKM di Desa Pagelaran, Banten,” *Prosiding Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat (SENDAMAS)*, vol. 4, no. 1, pp. 88–96, 2024.
- [6] A. Widodo, A. I. Susanty, A. Pangarso, R. Yusiana, dan F. Aziz, “Branding dan Desain Ulang Kemasan Produk UMKM pada Komunitas UMKM Desa Lengkong,” *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 5, no. 2, pp. 3100–3108, 2024.

- [7] F. A. Alifia dan L. Nirawati, “Pengembangan Keterampilan Digital UMKM Opak Santri: Implementasi Desain Logo, Label Kemasan, dan Video Profil untuk Meningkatkan Daya Saing Produk,” *Jurnal Studi Administrasi Bisnis*, vol. 1, no. 4, pp. 1042–1050, 2025.
- [8] B. Hartanto, R. S. Zalukhu, S. E. Jayanti, R. P. S. Hutaaruk, S. Suwadi, D. Collyn, Y. M. Sinurat, A. Z. Damanik, Y. Arfah, K. V. Dewi, dan C. Puspaningrum, “Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Digital Branding dan Inovasi Pengemasan Produk pada UMKM di Desa Silau Rakyat Kecamatan Sei Rampah,” *Jurnal Pelayanan Masyarakat*, vol. 2, no. 4, pp. 291–300, 2025.
- [9] S. Octaviani, N. Y. Mahardini, K. Kodriyah, D. P. Hapsari, N. Umdiana, dan D. F. P. Igefar, “Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Digitalisasi dan Inovasi Packaging,” *Panggung Kebaikan: Jurnal Pengabdian Sosial*, vol. 2, no. 4, pp. 55–63, 2025.
- [10] Y. N. Ifriza, D. A. Efrilianda, Y. W. Mandaya, dan A. Alamsyah, “Increasing Customer Loyalty Through Integration of Digital Marketing and Product Packaging Design Based on Behavioral Consumer Insights in MSMEs,” *Jurnal Abdi Negeri*, vol. 2, no. 2, pp. 77–86, 2024.
- [11] Y. P. Sutanto dan A. P. Kusuma, “Strategi Pemasaran Digital dengan Smart Green Packaging untuk Meningkatkan Minat Beli Generasi Z Produk UMKM Blitar,” *JAMEK: Jurnal Akuntansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan*, vol. 3, no. 1, pp. 20–31, 2024.
- [12] D. Pratama, A. R. Dikananda, A. Faqih, C. Ningrum, dan L. D. Kusuma, “PKM Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Inovasi Desain dan Kemasan Produk Makanan,” *AMMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 3, pp. 145–152, 2024.
- [13] B. Bahri, N. P. Sari, dan F. Alamsyah, “Pelatihan Desain Kemasan dan Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Kapanewon Turi,” *As-Sidanah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 5, no. 1, pp. 33–42, 2024.
- [14] A. A. Israr dan N. Kamariah, “Strategi Pengembangan Produk Melalui Perancangan Desain Kemasan Baru pada UMKM WARCOK,” *ADMIT: Jurnal Administrasi Terapan*, vol. 1, no. 2, pp. 51–59, 2024.
- [15] P. T. Rapiyanta, A. Andriani, A. Purnamawati, dan L. A. Safitri, “Pelatihan Smart Packaging Design sebagai Upaya Peningkatan Branding dan Nilai Jual Produk Kuliner UMKM,” *Penamas: Journal of Community Service*, vol. 5, no. 4, pp. 201–210, 2024.
- [16] S. F. Azzahra dan T. P. Sabilla, “Pengaruh Inovasi Kemasan dan Promosi Digital terhadap Minat Beli Konsumen UMKM Kopi Adjie di Provinsi Lampung,” *Jurnal Ekonomi Efektif*, vol. 7, no. 1, pp. 12–21, 2024.
- [17] T. Setiadi, E. S. Wibawa, P. Priyadi, B. Sudirman, R. A. Kusumajaya, dan S. Kawuri, “Transformasi Branding UMKM Krupuk Melalui Integrasi Desain Kemasan Kreatif dan Storytelling Produk di Kecamatan Pati,” *Jurnal Padamu Negeri*, vol. 1, no. 1, pp. 1–10, 2025.



- [18] L. Verdini, N. Kalsum, T. K. Khoerunnisa, E. Ananta, dan S. T. Azzahra, “Dari Tradisional ke Digital: Transformasi Daya Saing UMKM Keripik Sale Pisang Melalui Inovasi Kemasan dan E-Commerce,” *Jurnal Masyarakat Mandiri*, vol. 10, no. 2, pp. 90–101, 2025.
- [19] S. Sukartaatmadja, Y. Hermawan, dan U. Silaen, “Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan dan Digital Marketing Kelurahan Gudang Kota Bogor,” *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, vol. 4, no. 1, pp. 66–74, 2024.
- [20] A. Widodo dan R. Yusiana, “Penguatan Branding UMKM Melalui Redesain Kemasan Produk Berbasis Digital Marketing,” *Jurnal Pengabdian Ekonomi Kreatif*, vol. 3, no. 2, pp. 98–107, 2025.