



UMKM Desa Ulak Banding Menuju Produk Unggulan yang Favourable Market

Sri Andaiyani¹, Taufiq Marwa², Yunisvita³, Nazeli Adnan⁴, Ariodillah Hidayat⁵,
Winike Yourlis Faulita⁶

^{1,2,3,4,5,6}, Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Sriwijaya, Indonesia, 30662

E-mail:* sriandaiyani@fe.unsri.ac.id

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v6i4.2520>

Info Artikel:

Diterima :
2025-07-01

Diperbaiki :
2025-09-21

Disetujui :
2025-09-25

Kata Kunci: Kemasan;
Favourable Market; UMKM

Abstrak: Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Kontribusi yang cukup menjanjikan dari sektor UMKM dalam menunjang perekonomian Indonesia secara keseluruhan tentu tidak lepas dari permasalahan. Banyak hal yang menghambat peningkatan UMKM salah satunya kurang inovasi dan kreatifitas dalam membuat kemasan yang menarik. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam pengemasan produk yang dihasilkan agar lebih menarik serta bagaimana kepercayaan konsumen diraih dari adanya labeling. Metode yang dilakukan menggunakan model pemberdayaan masyarakat yang terdiri dari metode ceramah, diskusi dan Latihan praktek langsung. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah terciptanya kemasan produk yang memiliki nilai estetika, mitra telah mengetahui bagaimana mengembangkan produk melalui pengemasan yang menarik dan Labeling.

Abstract: Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role in supporting economic growth in Indonesia. The quite promising contribution from the MSME sector in supporting the Indonesian economy as a whole is certainly not free from problems. Many things hinder the increase of MSMEs, one of which is a lack of innovation and creativity in making attractive packaging. The purpose of this community service activity is to increase people's understanding and skills in packaging the resulting products to make them more attractive and how consumer trust is gained from labeling. The method used uses a community empowerment model consisting

Keywords: *Packaging;
Favourable Market; MSMEs*

*of lecture methods, discussions and hands-on practical exercises.
The result of this service activity is the creation of product
packaging that has aesthetic value, partners know how to develop
products through attractive packaging and labeling.*

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam mendukung pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Bahkan UMKM dianalogikan sebagai tulang punggung ekonomi Indonesia karena perannya dalam aktivitas ekonomi masyarakat cukup besar terutama dalam hal menurunkan angka pengangguran, karena semakin banyak UMKM maka semakin banyak tenaga kerja diserap (Nur Ilmi, 2021; Widiati, 2019). Menurut data yang dipublikasi oleh Kementerian Koperasi dan UMKM jumlah UMKM per Maret 2021 di Indonesia tersedia sebanyak 64,2 juta UMKM, dari banyaknya UMKM tersebut sebesar Rp8.573,89 triliun telah diberikan UMKM sebagai kontribusinya dalam pertumbuhan PDB total atau sekitar 61,07% atas Produk Domestik Bruto(PDB) selain itu besarnya jumlah UMKM yang ada di Indonesia berhasil menyerap tenaga kerja sebesar 97% dan dalam investasi juga telah mengumpulkan sebesar 60,42% atas total investasi di Indonesia. Tingginya jumlah UMKM di Indonesia yang memberikan kontribusi besar dalam perekonomian tentu menjadi motivasi bagi setiap golongan seperti pelaku usaha, pemerintah, akademisi dan masyarakat lainnya untuk mengembangkan sektor UMKM di Indonesia sebagai upaya untuk menjaga perekonomian nasional terus tumbuh dan kemakmuran masyarakat dapat tercapai, hal ini dilakukan salah satunya dengan menganalisis dan mengatasi apa saja yang menjadi tantangan dan permasalahan dalam mengembangkan UMKM di Indonesia.

UMKM berperan baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan sebagai program pengentasan kemiskinan maupun penyerapan tenaga kerja (Kurniawan & Fauziah, 2014). Kontribusi yang cukup menjanjikan dari sektor UMKM dalam menunjang perekonomian Indonesia secara keseluruhan tentu tidak akan lepas dari permasalahan yang kerap kali menghambat berkembangnya UMKM (Sarfiah et al., 2019). Banyak hal yang menjadi penghambat meningkatnya UMKM di Indonesia dan yang paling sering didengar mengenai modal yang merupakan input terpenting dalam suatu usaha dimana UMKM sering mengalami kekurangan modal, selain itu pendapatan yang diperoleh masih rendah karena berbagai hal, akses yang masih kurang di Indonesia sehingga mengakibatkan perkembangan informasi mengenai UMKM sulit meluas sehingga para pelaku UMKM sulit berkembang karena kurang mengetahui informasi terbaru mengenai trend dan pangsa pasar, serta permasalahan

lainnya yang kemudian mengakibatkan kualitas produk yang dihasilkan berkembang cukup lambat dan akhirnya UMKM tersebut lambat berkembang dan akibatnya produktivitas rendah karena akses yang sulit dan daya saing yang rendah dan seterusnya akan menurunkan kepercayaan konsumen untuk membeli produk UMKM (Hartono & Hartomo, 2014). Kesulitan dalam memperoleh informasi terbaru mengenai perubahan yang terjadi di pasar akibatnya banyak timbul hambatan lain yang dihadapi para pelaku UMKM dan hal ini juga dirasakan oleh masyarakat di desa Ulak Banding untuk mengembangkan usaha mereka.

Untuk itu perlu adanya upaya mengembangkan UMKM serta menganalisa apa yang menjadi hambatan UMKM tersebut untuk berkembang pesat menuju pasar yang memberikan keuntungan atau diistilahkan sebagai *Favourable Market* (FM) (Zen et al., 2017). Permasalahan yang paling sering terlihat dari para pelaku UMKM adalah produk mereka yang kurang memberikan rasa ketertarikan dan kepercayaan bagi konsumen untuk membelinya dan ini dapat dilihat dari kurangnya kualitas pengemasan, merek usaha, serta legalitas produk yang masih minim baik dari segi pemberian label pada kemasan, izin dinas kesehatan dan juga sertifikasi halal. Penelitian yang dilakukan oleh (Suprpto & Azizi, 2020) menyatakan bahwa para konsumen dalam aktivitas ekonominya membeli produk sering kali dipengaruhi oleh bagaimana gaya hidup mereka dan apakah produk yang akan mereka beli aman dan sesuai harapan mereka, tingginya gaya hidup seseorang maka semakin tinggi aturan yang akan mereka tetapkan dalam memilih produk yang akan mereka beli. Maka dari itu, dari sisi packaging dan legalitas produk pelaku UMKM harus dianalisa dan dikembangkan untuk mencapai UMKM yang mampu menjadi pusat didalam pasar.

Masyarakat Indonesia memiliki rasa kekeluargaan yang sangat tinggi dengan semangat gotong royong yang ada didalam masyarakat terutama di daerah pedesaan atau perkampungan tentu menjadi semangat dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Dengan rasa kekeluargaan tinggi dan semangat ingin tahu dari masyarakat Indonesia diharapkan masyarakat dapat diberdayakan dengan tujuan masyarakat dapat meningkatkan penghasilan mereka sehingga angka kemiskinan dapat ditekan. Dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat sebagai bentuk aksi sosial kepada masyarakat terdapat satu kegiatan (Rantung et al., 2021) yaitu Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) yaitu sekelompok masyarakat yang tergabung ke dalam suatu organisasi kemasyarakatan yang tumbuh dan berkembang didalam masyarakat itu sendiri dan mampu memberikan pengaruh kepada masyarakat lainnya untuk berpartisipasi dalam pembangunan serta berperan dalam

terwujudnya keluarga yang sejahtera, mandiri dan bahagia dengan cara ambil peran membina perempuan sebagai penggeraknya (Ramadani, 2020).

Kabupaten Ogan Ilir memiliki banyak wilayah pedesaan dan dalam fokus kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah desas Ulak banding yang terletak di Kecamatan Inderalaya. Desa Ulak Banding mempunyai wilayah seluas 1,24 km persegi dan terdapat 117 keluarga dengan jumlah penduduk sebanyak 328 orang. Desa Ulak Banding terletak dipinggir aliran dari Sungai Ogan yang dijadikan sebagai sumber mata pencaharian dari penduduk setempat yang berprofesi sebagai nelayan. Desa ulak banding juga menjadi desa yang berpotensi dalam pengembangan UMKM karena mayoritas penduduknya berkerja sebagai nelayan, petani, pengrajin kain songket, dan pedagang. Dan hasil usaha yang kerap kali dihasilkan dari usaha yang dimiliki penduduk desa terutama oleh para perempuan di desa antara lain kain songket dan makanan ringan seperti keripik pisang, keripik pangsit, dan kerupuk dari ikan. Letaknya yang tidak jauh dari pusat Kabupaten Ogan Ilir sekitar hanya berjarak 4 KM dari pusat perkeonomian di Ogan Ilir menjadikan desa Ulak Banding memiliki potensi lebih dalam pengembangan usaha karena peluang pasar yang cukup dekat. Usaha makanan ringan seperti keripik yang dihasilkan pelaku UMKM di desa Ulak Banding dapat dikembangkan untuk meningkatkan penjualan melihat dari dekatnya pasar dengan desa. Namun, hambatan yang telah dipaparkan sebelumnya juga turut hadir dalam pengembangan UMKM di desa Ulak Banding terutama menurut Kepala Desa Ulak Banding Bapak Selamat Riadi, kualitas produk yang dihasilkan masyarakat desa Ulak Banding masih tradisional karena dari segi pengemasan yang masih sangat sederhana dan produk yang kurang menarik perhatian konsumen.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang kami lakukan ini dilaksanakan setelah melakukan analisa dan observasi langsung ke desa yang akan kami berikan pembinaan. Kemudian setelah mengetahui permasalahan yang harus kami bantu dalam upaya pengembangan UMKM di desa Ulak Banding kami fokus kepada permasalahan utama sesuai masukan Kepala Desa Ulak banding. Kegiatan pendampingan kepada para pelaku UMKM untuk mengembangkan produk mereka menjadi produk yang memberikan keuntungan dan menuju pasar atau *Favourable Market* sehingga dapat lebih berkualitas dan unggul serta mampu bersaing di pasar. Masyarakat perlu *survive* dalam kondisi seperti ini, diperlukan peningkatan kinerja dari para pelaku ekonomi tersebut. Inovasi dan produk dan produk dengan kualitas yang tinggi kelasnya akan sangat berhasil dalam memenangkan persaingan global saat ini (Alfian & Maulana, 2022). Oleh karena itu, kami bersemangat untuk melaksanakan kegiatan ini dengan mempersiapkan apa saja yang diperlukan saat

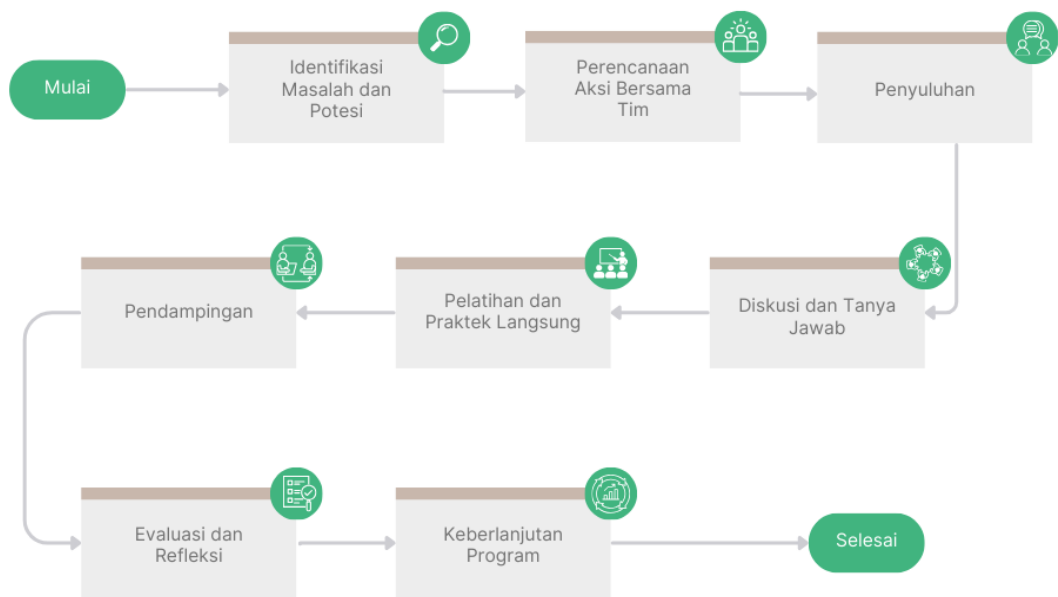
melaksanakan kegiatan dari awal sampai dengan selesai dari menyiapkan materi, prosedur pengabdian, serta evaluasi untuk memperbaiki kegiatan di kemudian hari.

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan sebelumnya desa Ulak Banding memiliki potensi dan semangat untuk berkembang terutama di sektor UMKM. Permasalahan pengemasan dan peningkatan kepercayaan konsumen menjadi fokus utama yang akan kami bantu dalam pengabdian ini. Selanjutnya jika pembinaan terhadap pelaku UMKM sedang terlaksana, evaluasi terhadap pengemasan dan peningkatan kepercayaan konsumen akan kami terapkan sehingga produk lebih unggul kreatif dan bernilai keindahan. Melalui kegiatan pendampingan ini harapan kami pelaku UMKM di desa Ulak Banding dapat berkembang dan meningkatkan kualitas produk mereka sehingga tercipta kenaikan penjualan produk mereka untuk mendapatkan hasil yang lebih baik lagi yaitu kesejahteraan masyarakat di desa Ulak Banding dapat tercapai.

Metode

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diusulkan model yang akan diterapkan antara lain Pemberdayaan Masyarakat (Mulyana & Zainuddin, 2017). Dimana pemberdayaan adalah suatu kegiatan yang berkaitan dengan masyarakat yang tujuannya meningkatkan kapasitas masyarakat tersebut terutama yang kondisinya masih dalam kondisi marginal (Irmawati, 2019). Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam bentuk kegiatan penyuluhan dan pelatihan keilmuan untuk memberikan nilai lebih kepada masyarakat. Kegiatan yang diterapkan dalam model pemberdayaan ini antara lain pembinaan terhadap keterampilan masyarakat setempat dengan menerapkan metode ceramah, diskusi dan latihan praktek langsung bagaimana pengemasan produk yang inovatif dan menarik serta pendampingan bagaimana memperoleh izin usaha.

Metode ceramah diterapkan dengan cara pemberian pengetahuan dan informasi berdasarkan materi ajar secara lisan dan langsung kepada penduduk. Materi ajar akan disampaikan oleh narasumber yang akan menyampaikan secara langsung disertakan dengan para peserta yang terdiri dari penduduk desa yang berperan sebagai pendengar yang kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab sebelum dilaksanakan latihan praktek pengemasan secara langsung yang dipandu oleh narasumber. Berisi deskripsi tentang proses perencanaan aksi bersama komunitas (pengorganisasian komunitas).



Gambar 1. Diagram Strategi Pemberdayaan Masyarakat

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pemberdayaan ini diikuti oleh 25 peserta yang merupakan anggota dari PKK Desa Ulak Banding yang memiliki usaha dibidang makanan ringan berupa jajanan seperti keripik dan kerupuk kemplang. Peserta kegiatan berada dikisaran usia 30-50 tahunan dengan persentase peserta pada kisaran usia 30-39 tahun sebanyak 55%, 40-49 tahun sebanyak 35 % dan peserta pada rentang usia 50-59 tahun sebanyak 10%. Peserta kegiatan berasal dari tingkat pendidikan terakhir yang berbeda dengan persentase masing-masing adalah lulusan SD sebanyak 65%, SMP sebanyak 20%, SMA atau SMK sebanyak 15% dimana peserta lulusan SMA sebanyak dua orang dan peserta lulusan SMK satu orang. Para peserta didominasi oleh para ibu-ibu yang bekerja menenun songket dalam kisaran angka 60%, diikuti peserta yang bekerja sebagai terdiri dari peserta yang hanya seorang ibu rumah tangga sebanyak 20%, ibu-ibu yang bekerja sebagai pedagang sebanyak 15% dan sebagai tutor paud sebanyak 1%.

Pengetahuan dan keterampilan merupakan modal didalam mengembangkan kemampuan dan kecakapan masyarakat (Danial et al., 2019). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan untuk meningkatkan keterampilan peserta dalam mengembangkan produk yang mereka hasilkan menjadi produk yang unggul dan kreatif sehingga mampu menarik minat pembeli dan mampu meningkatkan daya saing usaha dengan meningkatnya kualitas produk dan kemudian akan

meningkatkan kesejahteraan para peserta. Kegiatan dilakukan dengan pemberian pengetahuan mengenai pengemasan yang baik serta bagaimana pentingnya memiliki ijin usaha melalui penyampaian lisan dan praktek langsung yang disampaikan secara langsung oleh Ketua Pelaksana kegiatan pengabdian dan narasumber dengan dibantu oleh tim anggota pelaksana.

Pelatihan dan pembinaan masyarakat tersebut dilakukan untuk mengembangkan produk yang dihasilkan oleh masyarakat Desa Ulak Banding yang berpotensi untuk meningkatkan daya saing ke dalam pangsa pasar. Namun, Kepala Desa Ulak Banding mengatakan bahwa produk tersebut masih memiliki kekurangan dalam hal pengemasan dan kurang menarik konsumen. Kegiatan dilaksanakan untuk membantu para pelaku usaha di desa Ulak Banding untuk mengatasi permasalahan tersebut yakni memperbaiki kemasan yang masih sederhana menjadi kemasan yang bernilai estetika serta perlunya penyertaan label dan sertifikasi produk yang kemudian dapat diterapkan oleh para pelaku usaha untuk kedepannya. Sehingga setelah memperbaiki kemasan, penyertaan sertifikasi produk dari dinas kesehatan serta adanya label halal MUI dilakukan dengan baik oleh para pelaku usaha maka produk yang favourable market dapat tercapai sehingga konsumen akan lebih tertarik dan percaya untuk membeli produk mereka karena telah terjamin mutunya yang kemudian akan meningkatkan permintaan produk di pasar. Saat permintaan di pasar semakin meningkat maka harga produk juga akan semakin naik atau mahal. Dengan demikian total penjualan yang dihasilkan oleh pelaku usaha akan meningkat yang selanjutnya akan memperoleh keuntungan yang meningkat juga.

Kegiatan dilaksanakan sebanyak 5 kali pertemuan yang dimulai sejak pertemuan pertama tanggal 2 September 2022. Dalam pelaksanaan kegiatan tim yang terdiri atas empat dosen dan beberapa mahasiswa mengunjungi Kepala Desa Ulak banding untuk melakukan diskusi awal dan observasi langsung terhadap desa Ulak Banding.



Gambar 2. Pertemuan Pertama

Selanjutnya dilaksanakan pertemuan kedua tanggal 3 September 2022 oleh tim pengabdian dengan tujuan untuk persiapan pelaksanaan pengabdian dan pembekalan kepada mahasiswa yang ambil peran dalam kegiatan pengabdian ini. Dosen yang terlibat menjadi pembimbing bagi para mahasiswa pada saat pertemuan itu berlangsung. Dalam pertemuan tersebut mahasiswa diberikan motivasi dan semangat dalam memberikan pelayanan dan pendampingan terbaik saat kegiatan pengabdian sedang berlangsung sehingga nilai-nilai positif yang dihasilkan dapat diperoleh oleh para mahasiswa serta para mahasiswa juga diberikan informasi terkait rangkaian kegiatan yang akan berjalan selama pengabdian berlangsung.

Pertemuan selanjutnya terjadi pada tanggal 12 September 2022 setelah mempersiapkan sejumlah pertanyaan yang akan ditanyakan kepada para peserta kegiatan tim kemudian melakukan observasi langsung ke lapangan untuk mewawancarai narasumber. Pada tahapan ini diperoleh beberapa informasi yang diambil dari para narasumber.

Pertemuan ketiga pada tanggal 12 September 2022 tim pengabdian melakukan kunjungan langsung ke lapangan untuk menemui narasumber untuk diwawancarai. Pada tahap wawancara pada sasaran pengabdian didapatkan beberapa data yang diambil langsung dari 2 narasumber.

Berdasarkan hasil wawancara pada Gambar 2, Desa Ulak Banding masih sangat potensial untuk dikembangkan. Hasil tersebut didasari ada letak desa cukup dekat dengan pasar indralaya dan perlu adanya peningkatan kualitas produk dari segi kemasan dan label legalitas.



Gambar 3. Wawancara Masyarakat pada Pertemuan ke-3

Kualitas yang perlu ditingkatkan di desa Ulak Banding ini antara lain jangkauan pembeli dan pemasaran, bisa dimulai dengan memanfaatkan media sosial dimulai dari whatsapp. Karena pada umumnya di desa warganya kurang update mengenai perkembangan teknologi terutama sosial media, selain itu dari segi kemasan yang masih sangat sederhana perlu dibuat lebih menarik, serta dari segi meningkatkan kepercayaan konsumen perlu adanya legalitas dan label pada produk. Potensi desa yang cukup baik ini menjadikan desa Ulak Banding sangat perlu untuk diberikan pelatihan dan pendampingan dalam mengembangkan desa ke arah yang lebih baik.

Pertemuan keempat pada tanggal 4 Oktober 2022 telah hadir 3 orang dosen, 6 mahasiswa dan 25 orang peserta pengabdian. Tim memberikan penjelasan mengenai pentingnya kualitas produk dan desain produk yang dijualkan (Purwaningsih et al., 2019). Bagaimana kemasan dan kepercayaan konsumen berperan penting dalam meningkatkan daya saing usaha kepada para peserta yang terdiri dari Ibu-Ibu PKK sehingga UMKM yang mereka miliki dapat berkembang dan mensejahterakan kehidupan mereka.



Gambar 4. Penyampaian Materi

Tim pengabdian juga mendemonstrasikan bagaimana bentuk kemasan yang baik dan bagaimana menggunakan alat-alat dalam membuat kemasan yang menarik. Pada kegiatan ini Ibu Sri Andayani bertindak sebagai narasumber melakukan praktek pengemasan produk yang baik dan menarik (Gambar 4). Kegiatan pengabdian ini disambut dengan antusias oleh para peserta yang ingin belajar lebih jauh bagaimana cara mengembangkan kualitas produk mereka.



Gambar 5. Demonstrasi Pengemasan Produk



Gambar 6. Foto Bersama

Pertemuan terakhir dalam rangkaian kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 5 Oktober 2022. Dalam pertemuan tersebut dilaksanakan pemberian evaluasi mengenai materi ajar yang telah disampaikan kepada para peserta untuk menguji apakah kegiatan yang dilakukan telah disampaikan dengan jelas dan memberikan pemahaman kepada para peserta dengan baik. Evaluasi dilaksanakan dengan pemberian soal-soal kepada para peserta terkait dengan materi ajar yang telah disampaikan sebelumnya yang kemudian peserta mengisi soal-soal tersebut dan selanjutnya akan dikoreksi dan diperoleh hasil bahwa peserta rata-rata menjawab soal-soal tersebut diatas 70%.



Gambar 7. Produk Inovasi yang Dihasilkan

Secara umum, kemasan harus berguna, mudah diidentifikasi, menyampaikan manfaat atau kegunaan, memiliki label yang jelas sesuai dengan persyaratan pelabelan dan periklanan, efisien, menarik serta menawarkan kenyamanan (Suryati & Salkiah, 2019). Oleh karena itu perlunya terobosan atau inovasi dalam peningkatan kualitas kemasan terutama pada produk UMKM. Gambar 6 menunjukkan hasil kemasan yang diperkenalkan kepada masyarakat di Desa Ulak Bandung. Kemasan yang baik tentunya akan menarik perhatian dan minat konsumen serta memudahkan para pelaku usaha dalam penyertaan sertifikasi produk dari dinas kesehatan serta adanya label halal MUI. Penelitian yang dilakukan oleh (Lukman & Dirgahadi, 2014) menunjukkan hasil penelitian bahwa faktor-faktor ekuitas merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen produk Teh Botol Sosro kategori kemasan kotak di kota Bandung. Selain itu penelitian dengan judul penelitian "Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan" oleh (Apriyanti, 2018) membuktikan bahwa tampilan kemasan yang sangat menarik bagi konsumen akan meningkatkan penjualan produk perusahaan.

Kesimpulan

UMKM berperan penting dalam perekonomian Indonesia namun disamping itu permasalahan yang dialami para pelaku UMKM seringkali menjadi penghambat UMKM untuk berkembang salah satunya kurang inovasi dan kreatifitas dalam membuat kemasan yang menarik. Dimana permasalahan tersebut juga dialami oleh Desa Ulak Bandung yang menjual produk dengan kemasan yang sangat sederhana dan belum tersertifikasi. Sejatinya kemasan yang baik akan memberikan daya tarik bagi konsumen untuk memilikinya selain itu dengan adanya label halal dan ijin dari dinas kesehatan maka produk tersebut telah terjamin kualitasnya dan akan

memberikan rasa percaya kepada konsumen untuk membeli produk. Ibu Sri Andaiyani sebagai ketua Tim Pengabdian Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya telah melaksanakan kegiatan pelatihan dan pendampingan untuk kelompok PKK di desa Ulak Banding dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas produk yang sedang atau akan mereka jual dari segi pengemasan dan sertifikasi produk untuk mengembangkan UMKM di desa tersebut.

Untuk menuju favourable market, peserta memperoleh bimbingan secara langsung pada saat itu bagaimana membuat kemasan yang aman dan inovatif, mereka juga diberikan kesempatan untuk mencoba secara langsung bagaimana mengemas produk agar tetap aman dan memiliki daya tarik

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini serta mahasiswa-mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan yang telah terlibat dalam persiapan dan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

Referensi

- Alfian, N., & Maulana, W. (2022). Peningkatan Omzet UMKM Guna Menjaga Perekonomian Masyarakat Desa di Masa Pandemi Covid-19. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 6(2), 241. <https://doi.org/10.30595/jppm.v6i2.7982>
- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Jurnal LPPM Unindra*.
- Danial, A., Darusman, Y., Mustakim, M., & Herwina, W. (2019). Model Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pola Magang Tradisional Dalam Upaya Peningkatan Wirausaha Masyarakat. *JIPEMAS: Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 31. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v2i1.2182>
- Hartono, H., & Hartomo, D. D. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM Di Surakarta. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 15. <https://doi.org/10.20961/jbm.v14i1.2678>
- Irmawati. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Pelatihan Diversifikasi Produk Olahan Jagung Di Desa Tanah Toa Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba. *Jurnal Publiciana*, 1–16. https://eprints.unm.ac.id/14234/1/JURNAL_1.pdf

- Kurniawan, F. D., & Fauziah, L. (2014). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Penanggulangan Kemiskinan. *Jurnal Kebijakan & Manajemen Publik*, 2, 103–220. <https://doi.org/https://doi.org/10.21070/jkmp.v2i2.436>
- Lukman, M., & Dirgahadi. (2014). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Produk Teh Botol Sosro Kemasan Kotak. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 64–81. <https://doi.org/https://doi.org/10.26593/jab.v10i1.1222.%25p>
- Mulyana, N., & Zainuddin, M. (2017). Model Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Corporate Social Responsibility (Kasus Pelaksanaan CSR oleh PT Pertamina UP-IV Balongan). *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 1–140. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24198/jppm.v4i1.14212>
- Nur Ilmi, N. A. (2021). Peran UMKM Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran Masyarakat dan Strategi UMKM Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.38043/jmb.v18i1.2790>
- Purwaningsih, E., Muslikh, M., & Suhaeri, S. (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(1), 51–57. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v4i1.3239>
- Ramadani, R. (2020). Lembaga Negara Independen Di Indonesia Dalam Perspektif Konsep Independent Regulatory Agencies. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 27(1). <https://doi.org/10.20885/iustum.vol27.iss1.art9>
- Rantung, J. F., Mandey, J., & Londa, V. Y. (2021). Peranan Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) dalam Menggerakkan Partisipasi Masyarakat Desa (Suatu Studi di Desa Ongkau I Kabupaten Minahasa Selatan). *Jurnal Universitas Sam Ratulangi*, 3(1), 198–209.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal Riset Ekonomi Pembangunan*, 4(2), 161–173. <https://doi.org/https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Suprpto, R., & Azizi, Z. W. (2020). Pengaruh Kemasan, Label Halal, Label Izin P-Irt Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Kerupuk Ikan. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, 3(2), 125–133. <https://doi.org/10.31002/rn.v3i2.1984>

- Suryati, D., & Salkiah, B. (2019). Analisis Program Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan Pada UMKM di Kota Mataram. *Jurnal Media Bina Ilmiah*, 13(12). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33758/mbi.v13i12.266>
- Widiati, A. (2019). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura*, 8(2), 67–76. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>
- Zen, Z. H., Satriardi, S., Dermawan, D., Anggraini, D. A., Meirizha, S. N., & Yul, F. A. (2017). Pelatihan Desain Kemasan Produk UMKM Di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 1(2), 12–15. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v1i2.225>