

INOVASI KEMASAN PRODUK ESTETIS DAN FUNGSIONAL SEBAGAI UPAYA BRANDING UNTUK MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK UMKM DESA SUKADANA PUJUT LOMBOK TENGAH

**Lalu Andika Noviawan^{1*}, Dewi Rispawati², Khaerul Umam³,
Paradisa Sukma⁴, Muhamad Azhari⁵**

^{1,4,5}S-1 Akuntansi, FEB, University of Mataram, Indonesia

²S-1 Manajemen, FEB, University of Mataram, Indonesia

³D-III Akuntansi, FEB, University of Mataram, Indonesia

*E-mail: andika.n@staff.unram.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk UMKM di dusun Belar, desa Sukadana, kecamatan Pujut, kabupaten Lombok Tengah melalui inovasi kemasan yang lebih estetis dan fungsional. Mitra kegiatan adalah kelompok UMKM Bale Olahan Kuker Patcu yang memproduksi aneka kue kering seperti kue bawang, keciput, kaliadem, kacang telur, kuping gajah, pita, pusut, dan lidah kucing. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah adanya sisa minyak pada produk yang menurunkan kualitas kemasan dan minat beli konsumen, penggunaan kemasan sederhana berbahan plastik biasa tanpa label, serta masih menggunakan stapler untuk menutup plastik kemasan. Metode pelaksanaan program meliputi lima tahapan, yaitu, sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program. Inovasi teknologi yang diterapkan meliputi penggunaan mesin peniris minyak untuk mengurangi sisa minyak pada kue kering, pemilihan bahan kemasan yang cocok untuk kue kering seperti plastik PP atau HDPE dengan model polos atau *zipper stand pouch*, penerapan mesin *vacuum sealer* untuk menjaga kualitas dan daya simpan produk, serta pemberian desain label yang informatif dan profesional. Hasil kegiatan menunjukkan sisa minyak pada kue kering berkurang, kemasan yang digunakan lebih sesuai untuk kue kering, kemasan plastik tertutup lebih kuat dan rapi, serta label pada kemasan produk memberikan informasi penting bagi konsumen dan sebagai media promosi. Hasil kegiatan ini juga diharapkan meningkatkan kualitas produk agar penjualan meningkat dan dapat meningkatkan kesejahteraan perempuan-perempuan anggota Bale Olahan Kuker Patcu.

Kata Kunci: Kemasan; Kue Kering; Label; Produk; UMKM.

ABSTRACT

This community service aims to increase the competitiveness of SME's products in Belar Hamlet, Sukadana Village, Pujut District, Central Lombok Regency through more aesthetic and functional packaging innovations. It partnered with Bale Olahan Kuker Patcu SME's group that produces various pastries such as kue bawang, keciput,

kaliadem, kacang telur, kuping gajah, pita, pusut, and lidah kucing. *The main problems faced by the partners are the presence of oil residue in the product which reduces the quality of the packaging and consumer purchasing interest, the use of simple packaging made of ordinary plastic without labels, and still using staplers to close the plastic packaging. The program was conducted in five stages, namely socialization, training, technology application, mentoring and evaluation, and program sustainability. The technological innovations implemented include the use of oil draining machines to reduce oil residue in pastries, the selection of suitable packaging materials for pastries such as PP or HDPE plastic with plain or zipper stand pouch models, the application of vacuum sealer machines to maintain product quality and shelf life, and the provision of informative and professional label designs. The results show that oil residue in cookies was reduced, the packaging used was more suitable for cookies, the sealed plastic packaging was stronger and neater, and the labels on the product packaging provided important information for consumers and served as a promotional tool. Through this program, it is expected to improve the product quality, thereby increasing sales and improving the welfare of the women members of Bale Olahan Kuker Patcu.*

Keywords: *Label; Packaging; Pastry; Product; SME's*

Article History:	
Diterima	: 12-11-2025
Disetujui	: 03-12-2025
Diterbitkan Online	: 30-12-2025

PENDAHULUAN

1. Analisis Situasi

Salah satu elemen penting pada sebuah produk makanan dan minuman adalah kemasan. Kemasan produk memiliki beberapa fungsi antara lain bisa melindungi produk dengan baik dari cuaca, sinar matahari langsung, perubahan suhu, terjatuh, kotoran, serangga, bakteri. Pada kemasan dapat ditampilkan informasi mengenai produk untuk diketahui konsumen, seperti komposisi, kandungan gizi, dan aturan penggunaan, selain itu kemasan produk yang unik juga mampu menarik minat konsumen (Juniawan et al., 2023).

Kemasan juga berfungsi sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan. Informasi kontak penjual yang tertera pada kemasan dapat digunakan untuk memberikan jalan bagi konsumen untuk melakukan pembelian produk berulang (*repeat order*). Logo yang tertera pada kemasan juga dapat diingat oleh konsumen sebagai representasi kualitas produk yang dihasilkan perusahaan. Fungsi kemasan yang dulunya hanya sebagai wadah atau pelindung berubah menjadi alat jual yang memberikan dan menciptakan citra kepada produk yang dijualnya, dapat mengangkat citra suatu produk, dan memberikan nilai tambah dalam penjualan (Widiati, 2019). Begitu pentingnya kemasan produk menjadikan aspek tersebut tidak bisa diremehkan, termasuk oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Dusun Belar di desa Sukadana, yang terletak di kecamatan Pujut, kabupaten Lombok Tengah, memiliki posisi strategis dekat dengan Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika (KEK). Kawasan ini dikenal sebagai salah satu destinasi wisata unggulan yang menarik perhatian wisatawan domestik dan internasional, sehingga memberikan peluang besar bagi pengembangan ekonomi lokal, terutama dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Putra, 2018; Zainurrafiqi et al., 2023). Salah satu potensi menonjol di dusun

Belar adalah adanya kelompok usaha yang bernama Bale Olahan Kuker Patcu. Kelompok usaha ini terbentuk pada tahun 2024 terdiri dari enam orang anggota dan seluruhnya perempuan. Kegiatan utamanya memproduksi berbagai produk kue kering khas Lombok seperti kue bawang, keciput, kaliadem, kacang telur, kuping gajah, pita, pusut, dan lidah kucing. Penjualan produk terus meningkat semenjak didirikan dan sudah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) serta izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT). Perkembangan usaha menjadikan kelompok ini terus berkembang sehingga anggotanya menjadi sepuluh orang perempuan setelah satu tahun beroperasi. Kelompok tersebut dapat menjadi contoh nyata bagaimana UMKM dapat memanfaatkan sumber daya lokal untuk meningkatkan daya saing produk mereka (Aprianti et al., 2022; Kusumah & Darmawan, 2024).

2. Permasalahan Mitra dan Solusi yang Ditawarkan

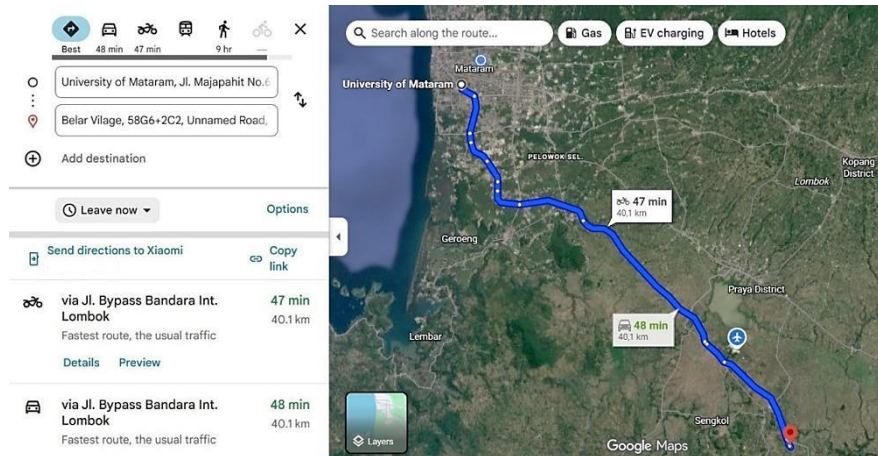
Potensi perkembangan usaha Bale Olahan Kuker Patcu bukannya tidak memiliki tantangan, salah satu masalah yang dihadapi kelompok usaha ini terkait kemasan produk yang masih sederhana. Kemasan yang digunakan saat ini, yang hanya berupa plastik biasa tanpa informasi penting seperti merek, komposisi, tanggal kedaluwarsa, nomor PIRT, atau kontak penjual, tidak hanya mengurangi daya tarik visual produk tetapi juga berpotensi menurunkan minat beli konsumen (Taufiq et al., 2020; Asmoro & Indrarini, 2021). Penelitian menunjukkan bahwa inovasi dalam kemasan dapat meningkatkan minat beli masyarakat, terutama di sektor makanan (Santoso et al., 2018; Wedhani et al., 2023). Masalah lain yang dihadapi kelompok usaha ini adalah masih adanya sisa minyak yang tersisa pada kue kering, minyak tersebut menempel pada plastik kemasan yang memberikan kesan produk tidak bersih dan higienis. Kemasan yang tidak memadai dapat menyebabkan masalah residu minyak pada produk kue kering, yang berdampak pada tampilan dan masa simpan produk (Hardilawati, 2020).

Inovasi kemasan menjadi kebutuhan mendesak untuk meningkatkan daya tarik produk dan memperkuat branding. Kemasan yang estetik dan fungsional tidak hanya menarik perhatian konsumen, tetapi juga berfungsi sebagai media komunikasi yang efektif untuk menyampaikan informasi produk (Sari & Irena, 2022). Pada kasus Bale Olahan Kuker Patcu, inovasi kemasan dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan menarik perhatian wisatawan yang berkunjung ke KEK Mandalika. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu kelompok usaha ini melalui pelatihan dan pendampingan dalam memaksimalkan penirisan sisa minyak goreng pada kue kering dan merancang kemasan yang lebih menarik dan informatif.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

1. Lokasi, Waktu, dan Peserta Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di dusun Belar, desa Sukadana, kecamatan Pujut, kabupaten Lombok Tengah, tepatnya pada lokasi usaha kelompok Kuker Patcu. Pelaksanaan kegiatan pada tanggal 5 September 2025. Kegiatan ini dihadiri oleh anggota kelompok Kuker Patcu yang terdiri dari sembilan orang perempuan, selain itu juga dihadiri oleh dua orang tokoh lingkungan dusun Belar.



Gambar 1. Peta Lokasi Kegiatan Pengabdian (Sumber: <https://google.com>).

Adapun jarak kampus menuju lokasi adalah sejauh 40 KM dengan waktu tempuh selama 45-50 menit berkendara.

2. Instrumen Kegiatan

Instrumen pelaksanaan kegiatan inti berupa perlengkapan plastik untuk mengemas kue kering berbahan PP dan HDPE dengan bentuk biasa dan *zipper stand* pouch, mesin peniris minyak untuk meniriskan sisa minyak pada kue kering, *vacuum sealer* untuk menutup dan merekatkan kemasan plastik, dan label kemasan yang berisi poin-poin informatif ke konsumen dan alat *branding*.

Selain itu, instrumen observasi digunakan bersamaan dengan proses pelatihan menggunakan mesin dan bahan penunjangnya. Untuk evaluasi digunakan teknik wawancara dan tanya jawab dengan peserta untuk mengetahui sejauh mana mereka mengerti penggunaan mesin peniris kertas, *vacuum sealer*, pemilihan plastik kemasan, dan penggunaan label produk.

3. Tahapan Kegiatan

Tahapan pelaksanaan kegiatan terdiri dari 3 tahap, yakni, sosialisasi, pelatihan, dan penerapan teknologi dengan rincian sebagai berikut.

a. Sosialisasi

Tahapan pertama, tim pengabdian memberikan sosialisasi kepada mitra Bale Olahan Kuker Patcu mengenai pentingnya kualitas kemasan produk yang berguna untuk melindungi kue kering, sebagai wadah kue kering, serta sarana promosi dan pemberian informasi kepada konsumen. Materi sosialisasi mengenai urgensi perbaikan kemasan, mulai dari jenis kemasan yang digunakan, label yang memuat konten promosi dan informasi, perekat kemasan agar kue kering terlindung dari kotoran dan tidak mudah rusak, permasalahan minyak berlebih pada produk, hingga dampaknya terhadap minat beli konsumen. Tim pengabdian selanjutnya memperkenalkan solusi yang akan diberikan, yaitu penggunaan mesin peniris minyak, bahan kemasan yang tepat, mesin *vacuum sealer*, serta label produk yang berisi berbagai informasi produk. Sosialisasi ini bertujuan agar mitra memahami manfaat yang akan diperoleh sehingga termotivasi untuk berpartisipasi aktif dalam program dan menerapkan pada usaha yang sedang berjalan.

b. Pelatihan

Tahap berikutnya adalah pelatihan yang dilakukan secara langsung dengan metode demonstrasi dan praktik bersama dengan materi pelatihan sebagai berikut. *Pertama*, teknik penirisan minyak menggunakan mesin

peniris minyak, sehingga produk kue kering terbebas dari minyak berlebih dan kemasan tetap bersih; *Kedua*, penggunaan bahan kemasan yang tepat, seperti plastik polypropylene (PP) atau plastik high-density polyethylene (HDPE) dengan model biasa dan model *zipper stand pouch* yang lebih higienis dan menarik; *Ketiga*, teknik menutup dan merekatkan kemasan dengan mesin *vacuum sealer* yang mampu menutup kemasan dengan lebih rapat dan rapi; dan *Keempat*, pemberian desain label yang informatif dan profesional, mencakup merek dagang, berat, jenis kue, kontak produsen, nomor PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), hingga tanggal kedaluwarsa.

c. Penerapan Teknologi

Pengelola Bale Olahan Kuker Patcu didorong untuk menggunakan mesin peniris minyak secara rutin setelah proses penggorengan, memilih jenis kemasan yang tepat sesuai kebutuhan produk, serta menggunakan mesin *vacuum sealer* untuk merekatkan kemasan agar lebih rapi serta daya simpan produk lebih tahan lama. Label produk yang telah dirancang juga mulai diaplikasikan pada setiap kemasan. Pada tahap ini, produk kue kering akan mulai dikemas dengan standar yang lebih higienis, menarik, dan profesional.



Gambar 2. Mesin Peniris Minyak dan *Vacuum Sealer*.

d. Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan dilakukan secara intensif untuk memastikan mitra dapat menerapkan teknologi dan teknik pengemasan secara mandiri. Tim pengabdian mendampingi proses implementasi, memberikan arahan tambahan, serta menjawab pertanyaan yang muncul selama penerapan. Evaluasi dilakukan dengan melihat sejauh mana mitra mampu untuk: (i) mengurangi minyak berlebih pada produk dengan mesin peniris minyak, (ii) menggunakan kemasan yang sesuai dan lebih menarik, (iii) mengoperasikan mesin *vacuum sealer* dengan benar, dan (iv) menempelkan label promosi dan informatif secara konsisten pada setiap kemasan produk.

e. Keberlanjutan Program

Program selanjutnya untuk Bale Olahan Kuker Patcu adalah pelatihan promosi produk melalui media sosial. Mitra sudah memiliki akun Facebook dan cukup rutin untuk posting konten promosi. Untuk itu, pada platform Facebook hanya butuh optimasi. Sarana promosi lain yang akan ditawarkan, yakni, melalui Instagram. Pertimbangannya karena banyak target pasar yang menggunakan platform ini. Namun, tim pengabdian melihat bahwa beberapa jenis kue kering masih ada ruang untuk peningkatan kualitas, baik dari rasa dan bentuk. Kualitas produk adalah aspek penting jika ingin memperoleh penjualan yang berulang (*repeat order*). Tim pengabdi berencana untuk terlebih dahulu memberikan pelatihan cara membuat kue kering berkualitas, enak, dan membuat konsumen ingin beli lagi. Salah satu pondasi awal yang

sangat penting adalah produk yang berkualitas, promosi sebagai alat untuk memperluas informasi kepada konsumen.

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Fokus kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini pada peningkatan kualitas produk kue kering melalui inovasi kemasan yang lebih estetik, fungsional, serta informatif pada usaha Bale Olahan Kuker Patcu. Tahap awal dimulai dengan sosialisasi kepada mitra mengenai pentingnya kualitas kemasan produk. Tim menjelaskan bahwa kemasan bukan hanya berfungsi sebagai pelindung dan wadah, tetapi juga berperan sebagai media promosi dan pemberi informasi bagi konsumen. Materi sosialisasi menyoroti masalah kemasan sederhana, minyak berlebih pada produk, dan dampaknya terhadap daya tarik serta minat beli konsumen. Desain kemasan yang unik dan menarik dapat menarik perhatian konsumen, yang mengarah pada peningkatan minat dan penjualan (Prabowo et al., 2023).

Dalam kegiatan sosialisasi, tim pengabdian juga memperkenalkan beberapa solusi yang akan diterapkan. Solusi tersebut mencakup penggunaan mesin peniris minyak, pemilihan bahan kemasan yang tepat, pemanfaatan mesin *vacuum sealer*, serta penyediaan label produk yang profesional. Dengan pemahaman ini, mitra diharapkan lebih termotivasi untuk berpartisipasi aktif dan menerapkan inovasi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian.



Gambar 3. Pemaparan Materi oleh Tim Pengabdi.

Tahap kedua adalah pelatihan yang dilaksanakan secara praktik langsung melalui metode demonstrasi. Peserta dilatih untuk menggunakan mesin peniris minyak agar kue kering bebas dari minyak berlebih sehingga lebih higienis. Tim pengabdian juga memberikan materi tentang pemilihan bahan kemasan yang sesuai, seperti plastik PP, HDPE dengan model polos dan *zipper stand pouch* yang lebih menarik bagi konsumen.

Selain itu, pelatihan juga mencakup penggunaan mesin *vacuum sealer*. Mitra belajar bagaimana cara mengemas produk dengan rapat dan rapi, serta jika dibutuhkan untuk produk tertentu dapat menggunakan vacuum untuk mengurangi udara di dalam kemasan agar lebih awet. Dengan teknologi ini, daya simpan kue kering dapat diperpanjang dan tampilannya lebih profesional. Selanjutnya, mitra dijelaskan dan dibawakan label yang akan ditempel pada kemasan produk berisi informasi penting seperti merek, jenis produk, berat, nomor kontak, nomor PIRT, hingga tanggal kedaluwarsa. Label berfungsi sebagai identitas dan meningkatkan daya ingat, mempengaruhi niat

konsumen untuk membeli kembali, sehingga berdampak positif pada minat pembelian (Kurniawan, 2025).



Gambar 4. Pemilihan Jenis Plastik dan Label Kemasan dan Praktik Memasukkan Kue Kering ke dalam Mesin Peniris Minyak.

Tahap penerapan teknologi mendorong pengelola Bale Olahan Kuker Patcu untuk langsung menggunakan alat dan teknik yang telah diperkenalkan. Mesin peniris minyak digunakan setelah penggorengan, kemudian kue kering dimasukkan dalam kemasan, selanjutnya menutup/merekatkan plastik kemasan menggunakan mesin *vacuum sealer*. Desain label juga dipasang pada setiap produk sehingga tampilan kue kering menjadi lebih higienis, menarik, informatif, dan menjadi bahan promosi. Pengemasan berfungsi sebagai alat pemasaran yang penting, terutama untuk usaha kecil dan menengah (UKM) yang perlu membedakan produk mereka di pasar yang kompetitif.

Pendampingan dilakukan secara intensif untuk memastikan mitra benar-benar mampu menerapkan keterampilan baru tersebut. Tim pengabdian memberikan arahan tambahan, menjawab pertanyaan yang muncul, serta melakukan evaluasi terhadap hasil penerapan. Evaluasi mencakup keberhasilan mitra dalam mengurangi minyak berlebih, menggunakan kemasan yang sesuai, mengoperasikan *vacuum sealer* dengan benar, serta konsistensi dalam menempelkan label pada produk.



Gambar 5. Peserta dan Tim PKM Berfoto Bersama.

Keberlanjutan program difokuskan pada peningkatan kualitas produk dan strategi promosi. Tim berencana memberikan pelatihan tambahan mengenai teknik pembuatan kue kering yang lebih baik agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian berulang. Dari sisi promosi, mitra akan diarahkan untuk mengoptimalkan media sosial, terutama Instagram, mengingat banyak target pasar yang aktif di platform tersebut. Dengan

pondasi berupa produk berkualitas dan dukungan promosi digital, Bale Olahan Kuker Patcu dapat bertumbuh dan dapat menyejahterakan anggotanya dan masyarakat sekitar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada kelompok usaha Bale Olahan Kuker Patcu telah dilaksanakan dengan baik. Mitra merasa memperoleh banyak ilmu dari sosialisasi dan penerepan teknologi pada kemasan produk yang diharapkan mampu meningkatkan penjualan dan daya saing produk. Melalui serangkaian tahapan mulai dari sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, hingga rencana keberlanjutan program, mitra mampu memahami dan mengimplementasikan berbagai inovasi yang ditawarkan.

Teknologi yang diperkenalkan, seperti penggunaan mesin peniris minyak dan *vacuum sealer*, terbukti efektif dalam mengurangi minyak berlebih pada produk serta melindungi dan memberikan kesan higienis pada kue kering. Inovasi kemasan dengan pemilihan bahan yang lebih tepat serta penambahan label yang informatif dan profesional diharapkan menjadi media promosi dan meningkatkan citra produk di mata konsumen. Hasilnya, produk tidak hanya terlihat lebih higienis dan menarik, tetapi juga memiliki identitas merek yang jelas sehingga mendukung strategi branding dan pemasaran.

Selain itu, kegiatan ini memberikan manfaat tambahan berupa peningkatan kapasitas manajerial mitra dalam mengelola usaha. Mitra kini lebih memahami pentingnya kualitas kemasan, teknik pengemasan yang benar, serta nilai strategis dari label sebagai sarana promosi. Peningkatan ini diharapkan mampu memperluas pangsa pasar, baik di lingkungan lokal maupun di kawasan wisata KEK Mandalika.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian kepada Masyarakat mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ketua dan tim Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Unram, dan Ketua dan tim Badan Pengkajian Pengembangan Ekonomi dan Bisnis (BP2EB) yang telah mengorganisir dan mendanai kegiatan pengabdian ini. Terima kasih kami ucapkan kepada seluruh anggota kelompok usaha Kuker Patcu dan tokoh masyarakat di Dusun Belar, Sukadana, Lombok Tengah. Semoga kegiatan ini bisa berdampak bagi perkembangan usaha dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmoro, A. A., & Indrarini, R. (2021). Hubungan Inovasi Produk Makanan terhadap Minat Beli Masyarakat di Gresik. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(1), 55–64. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n1.p55-64>
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi COVID-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Kurniawan, R. F., Septiyani, A., Sophia, A. D. Y., Lestari, A. I., Afenti, E., & Willyan, I. M. (2025). The Effect of Packaging and Labeling On Consumer Buying Interest of Sampeu Wedang. *JOBM-Journal Of Bussines Management Basic*, 7(1), 40-44. <https://ejournal.unsap.ac.id/index.php/jobm/article/view/1763>
- Kusumah, M. B. A., & Darmawan, A. (2023). Perancangan desain Kemasan UMKM Nusapad (Nusantara Desk Pad) dalam Membentuk Citra Produk. In *Prosiding Seminar Nasional Desain, Pariwisata dan Industri*

- Kreatif, 2, 203-211.
<http://prosiding.narsistik.nusaputra.ac.id/index.php/narsistik/article/view/18>
- Prabowo, R. U., Nugraheni, D. A., Soejono, D., M., A. D., & R., J. A. (2023). Essential Knowledge Kemasan Bubuk Kopi KSU Buah Ketakasi Kecamatan Silo Kabupaten Jember. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 2(2), 256-262.
<https://doi.org/10.55123/abdikan.v2i2.1869>
- Putra, A. H. (2018). Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2), 40-52.
<https://doi.org/10.20961/jas.v5i2.18162>
- Santoso, I., Mustaniroh, S. A., & Pranowo, D. (2018). Keakraban Produk dan Minat Beli Frozen Food: Peran Pengetahuan Produk, Kemasan, dan Lingkungan Sosial. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 11(2), 133-144. <https://doi.org/10.24156/jikk.2018.11.2.133>
- Sari, W. P., & Irena, L. (2022). Komunikasi Visual melalui Foto Produk untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk UMKM. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(3).
<https://doi.org/10.24912/jbmi.v4i3.13271>
- Taufiq, M., Prihatni, R. & Gurendrawati, E. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Penggunaan Sistem Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 1(2), 204-220.
<https://doi.org/10.21009/japa.0102.05>
- Wedhani, N. A., Yuliati, N. N., & Wahyullah, M. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Financial Knowledge, dan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM Asosiasi Pengrajin Mutiara Lombok (Pearl NTB). *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(3), 619-630.
<https://doi.org/10.57141/kompeten.v2i3.99>
- Zainurrafiqi, Z., Bustaram, I., Kusuma, A., Aina, M., Muchtar, R. . M., & Suprpto, H. (2023). Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi dan Kreativitas di Desa Gugul Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(3), 359-367.
<https://doi.org/10.52436/1.jpmi.1070>