

Inovasi Produk UMKM ‘CEMARA’ melalui FGD untuk Penguatan Desa Wisata Winduraja

Rizqi Syaroh Amaliyah¹, Bambang Setiawan², Noviani³, Erna Sulistiani⁴, Nazwa Prillia Marshanda⁵, Berliani Jannati Firadusi⁶, Tsaniyah Fatimatuzzahro⁷, Raden Noviyanti⁸, Afiyah Armina Ramadhan⁹, Annisa Rahmani Dewi¹⁰, Ateh Zakiah Sopiah¹¹, Ilvi Nur Aulia Heryadi¹², Irma Fitriyani¹³, Rosa Maelani¹⁴, Septi Laila Nurpadilah¹⁵, Tiara Kirani Rahayu¹⁶

Institut Teknologi dan Bisnis Riyadlul Ulum^{1,2,3,4,5,6,7,8}
Sekolah Tinggi Ilmu Adab dan Budaya Islam^{9,10,11,12,13,14,15,16}

Correspondence: rizqisyaroh@itb-ru.ac.id¹, bambangsetiawan@itb-ru.ac.id² noviani@itb-ru.ac.id³, ernasulistiani@itb-ru.ac.id⁴, nazwaprilliamarshanda@itb-ru.ac.id⁵, berlinibey16@gmail.com⁶, tsaniyahfatimatuzzahro@itb-ru.ac.id⁷, noviyanti324@gmail.com⁸, arminaafiyah@gmail.com⁹, annisarahmanidewi@student.stiabiru.ac.id¹⁰, atezakiyah@gmail.com¹¹, Ilvinurauliaheryadi@student.stiabiru.ac.id¹², irma@student.stiabiru.ad.ic¹³, maelanirosa12@gmail.com¹⁴, septilailanurpadilah@student.stiabiru.ac.id¹⁵, tiarakiranirahayu@student.stiabi.ac.id¹⁶.

Abstract

The snack-based MSMEs in Winduraja Village possess significant economic and tourism potential but face challenges in product innovation and packaging. This community service activity aims to develop innovative products based on MSMEs as a local culinary identity and as part of a strategy to strengthen the village tourism sector. A participatory-collaborative approach was employed, involving MSME actors and village institutions through stages of observation, needs analysis, product design, and a Focus Group Discussion (FGD). Local products such as comring, glass chips, and tempeh chips were developed with new flavor variants, attractive packaging, and names reflecting Sundanese cultural identity. The results include the creation of a distinctive village culinary brand and enhanced synergy among stakeholders. Participatory evaluation indicated increased MSME involvement, a sense of ownership, and encouragement of sustainable production initiatives. This program demonstrates that product innovation, combined with the FGD approach, can strengthen MSME competitiveness and build the village's image as a community-empowered tourism destination.

Keywords: MSMEs, Product Innovation, Tourism Village, FGD, culinary branding, Winduraja

Abstrak

UMKM makanan ringan di Desa Winduraja memiliki potensi ekonomi dan wisata yang besar, namun menghadapi tantangan inovasi produk dan kemasan. Kegiatan ini bertujuan mengembangkan produk inovatif berbasis UMKM sebagai identitas kuliner lokal dan strategi penguatan desa wisata. Metode partisipatif-kolaboratif melibatkan pelaku UMKM dan kelembagaan desa melalui observasi, analisis kebutuhan, perancangan produk, dan Forum Group Discussion (FGD). Produk seperti comring, keripik kaca, dan keripik tempe dikembangkan dengan varian rasa baru, kemasan menarik, dan nama khas budaya Sunda. Hasilnya tercipta merek kuliner desa yang unik dan sinergi antar pemangku kepentingan. Evaluasi partisipatif menunjukkan peningkatan keterlibatan UMKM, rasa kepemilikan, dan dorongan produksi berkelanjutan. Program ini membuktikan bahwa inovasi

produk melalui FGD dapat memperkuat daya saing UMKM dan membangun citra desa sebagai destinasi wisata berbasis pemberdayaan masyarakat.

Kata Kunci: *UMKM, Inovasi Produk, Desa Wisata, FGD, branding kuliner, Winduraja*

A. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi besar dalam struktur perekonomian Indonesia. Data Kementerian Koperasi dan UKM RI menunjukkan bahwa UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja (Limanseto, 2025). Peran UMKM juga penting secara sosiokultural terutama di wilayah pedesaan yang berbasis komunitas, di mana UMKM menjadi instrumen utama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan, memberdayakan rumah tangga serta melestarikan kearifan lokal (Sirait et al., 2024; Widyanti et al., 2022).

Dalam konteks pengembangan desa wisata, UMKM memegang peran strategis khususnya melalui produk kuliner. Desa wisata yang berhasil ditandai oleh pengelolaan potensi lokal secara kreatif dan berkelanjutan, termasuk integrasi produk UMKM sebagai bagian dari daya tarik wisata (Damanik et al, 2024). Produk kuliner khas desa berpotensi menjadi ikon pariwisata jika dikembangkan secara inovatif, berkelanjutan, memanfaatkan bahan baku lokal dan resep tradisional yang didukung teknologi modern, serta adanya sinergi antara pelaku usaha kuliner, pemerintah desa dan sektor pariwisata (Ramadhan et al., 2025; Zulfan et al., 2023).

Meskipun peran UMKM diakui secara nasional, namun pelaku UMKM di wilayah pedesaan masih menghadapi tantangan antara lain inovasi produk, kapasitas produksi yang rendah, dan kurangnya pemahaman pemasaran. Di Desa Winduraja Kabupaten Ciamis, UMKM cenderung hanya memproduksi makanan ringan setengah jadi tanpa pengembangan rasa atau kemasan yang menarik. Produk seperti comring (olahan singkong), keripik kaca dan keripik tempe masih dipasarkan dalam bentuk konvensional, sehingga sulit untuk menembus pasar yang lebih luas atau menjadi ikon kuliner lokal yang bernilai jual tinggi. Padahal, pengembangan produk khas dengan pendekatan inovatif dapat menjadi strategi penting untuk memperkuat daya tarik desa wisata (Rahmawati & Izzalqurny, 2024).

Studi oleh Widodo, Santoso, Rosidah, & Rachmadi (2023) dan Widodo & Santoso (2023) menekankan pentingnya inovasi dalam proses produksi dan pemasaran untuk meningkatkan daya saing produk. Kemasan yang menarik tidak hanya melindungi produk tetapi juga berfungsi sebagai identitas merek yang memperkuat citra profesional di mata konsumen (Jabbar et al., 2025). Keberhasilan UMKM tergantung pada kemampuan beradaptasi terhadap selera pasar serta kolaborasi dengan institusi Pendidikan tinggi yang mendorong inovasi berbasis riset dan teknologi (Anjarsari et al., 2024; Maria & Situmeang, 2024; Ardana, 2024; Purnomo, 2024).

Untuk menciptakan kreativitas dan inovasi pada produk UMKM, menurut penelitian Nana Rosmadi (Nana Rosmadi, 2021) dukungan sumber daya manusia yang terampil dan ahli termasuk dukungan pemerintah dan stakeholder lainnya sangat dibutuhkan bagi pengembangan UMKM. Inovasi dalam desain kemasan

mampu meningkatkan nilai jual dan daya tarik produk. Selain itu, pelatihan dan pendampingan berkelanjutan sangat penting bagi pelaku UMKM di kampung wisata (Titisari, Hussein, Hadi, Hapsari, Astungkara, & Wijayanti, 2022).

Secara teoritis, pendekatan pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*) yang dikembangkan oleh Ife (Ife, 2016) menitikberatkan keterlibatan aktif warga, penguatan kapasitas lokal, serta pengelolaan sumber daya berbasis potensi dan budaya setempat melalui proses *bottom-up* yang demokratis, partisipatif, dan berkelanjutan. Chambers (Chambers, 1997) bahkan menegaskan bahwa intervensi pembangunan harus berangkat dari realitas masyarakat, bukan sekadar dari rancangan akademik. Namun dalam praktiknya, pelaku UMKM kerap tidak dilibatkan secara optimal dalam proses inovasi. Di Desa Winduraja, belum ad upaya sistematis untuk mengintegrasikan nilai budaya lokal ke dalam produk, sehingga diperlukan intervensi kolaboratif dan partisipatif seperti melalui *Forum Group Discussion (FGD)* untuk medorong transformasi ini.

Berangkat dari kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini mengusung pendekatan integrasi antara inovasi produk UMKM dan penguatan identitas kuliner desa berbasis potensi wisata lokal. Produk olahan local berbahan dasar singkong dan tempe dikembangkan dengan varian rasa khas, *brand* serta kemasan menarik untuk menciptakan nilai ekonomi sekaligus membentuk citra kuliner sebagai bagian dari pengalaman wisata Desa Winduraja.

Program ini bertujuan untuk: (1) menciptakan produk makanan khas desa berbahan dasar lokal seperti comring, keripik kaca, dan keripik tempe dengan varian rasa inovatif dan kemasan menarik; (2) membangun merek lokal sebagai identitas kuliner Desa Winduraja; serta (3) memfasilitasi kolaborasi antara pelaku UMKM dan lembaga desa melalui *Forum Group Discussion (FGD)* sebagai ruang dialog dan perencanaan strategis bersama. Diharapkan kegiatan ini tidak hanya mampu meningkatkan daya saing produk UMKM, tetapi juga memperkuat posisi Desa Winduraja sebagai destinasi wisata yang memiliki ikon kuliner khas berbasis pemberdayaan masyarakat.

B. Pelaksanaan dan Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Winduraja, Kecamatan Kawali, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat, yang dikenal sebagai desa wisata dengan potensi produk pangan lokal berbasis UMKM. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif-kolaboratif, dengan melibatkan pelaku UMKM lokal dan lembaga desa (BPD, BUMDes, PKK, Karang Taruna, LPM) sebagai mitra aktif dalam seluruh tahapan kegiatan. Pelaksanaan program terdiri atas beberapa tahapan utama sebagai berikut:

1. Identifikasi Mitra dan Potensi Lokal

Tahap awal dilakukan melalui koordinasi dengan Badan Permusyawaratan Desa (BPD) Winduraja untuk menentukan mitra UMKM yang relevan dan menggali potensi produk lokal yang dapat dikembangkan. Tim melakukan observasi terhadap beberapa pelaku UMKM penghasil makanan ringan seperti comring, keripik kaca, dan keripik tempe.

2. Observasi dan Analisis Kebutuhan UMKM

Observasi lapangan dilakukan untuk mengidentifikasi proses produksi, kendala yang dihadapi, serta potensi pengembangan inovasi. Hasil observasi digunakan

sebagai dasar perancangan intervensi berupa pengembangan produk, desain kemasan, dan strategi pemasaran sederhana. Beberapa UMKM yang dikunjungi oleh tim meliputi Comring Rasa Ciamis, Comring Sinar Wangi Pa Sanusi, Kripik Tempe, Kripik Kaca, dan Perancangan Inovasi Produk.

3. Perancangan Inovasi Produk

Tim menyusun konsep inovasi produk dengan mengembangkan beberapa varian rasa dan kemasan baru yang menarik, serta memberi nama-nama unik pada tiap produk. Selain aspek visual, pertimbangan penentuan harga pokok penjualan (HPP) juga dihitung untuk menjamin keberlanjutan usaha.

4. Pelaksanaan *Forum Group Discussion* (FGD)

FGD dilaksanakan secara semi formal di Aula Desa Winduraja sebagai forum kolaborasi antar pemangku kepentingan. Dalam forum ini, tim mempresentasikan hasil observasi dan prototipe produk kepada seluruh pihak, kemudian dilakukan diskusi bersama untuk mendapatkan umpan balik dan menyepakati langkah tindak lanjut. Pelaksanaan FGD mengikuti beberapa tahapan diantaranya konfirmasi kepada BPD Desa Winduraja untuk pelaksanaan FGD, mempersiapkan bahan FGD (berupa power point, sample produk), membuat konsep acara FGD, konfirmasi kepada Kepala Desa, mengundang Kepala Desa, Bumdes, BPD, LPM, PKK, dan Karang Taruna, terakhir pelaksanaan FGD.

5. Evaluasi Partisipatif

Di akhir kegiatan, dilakukan evaluasi partisipatif untuk mengetahui sejauh mana keterlibatan mitra, keberterimaan produk inovatif yang dihasilkan, serta potensi keberlanjutan pasca kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui wawancara dan diskusi terbuka bersama pelaku UMKM dan aparat desa.

C. Hasil dan Pembahasan

Sesuai dengan tujuan program yang telah dirumuskan dalam pendahuluan, kegiatan pengabdian ini difokuskan pada tiga aspek utama: (1) pengembangan inovasi produk UMKM makanan ringan berbasis bahan lokal; (2) pembangunan merek lokal sebagai identitas kuliner desa; dan (3) fasilitasi kolaborasi antar pelaku UMKM dan kelembagaan desa melalui *Forum Group Discussion* (FGD). Pelaksanaan program dilakukan secara bertahap dan partisipatif, sebagaimana dijelaskan dalam uraian berikut.

1. Identifikasi Mitra dan Potensi Lokal

Langkah awal yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini adalah mengidentifikasi mitra strategis di Desa Winduraja yang relevan untuk mendukung program inovasi produk UMKM. Koordinasi awal dilakukan dengan Badan Permusyawaratan Desa (BPD) Winduraja untuk memetakan pelaku UMKM yang potensial serta mengorganisasi lembaga desa yang dapat dilibatkan dalam forum kolaboratif. Mitra utama yang diidentifikasi mencakup BPD, BUMDes, PKK, LPM, dan Karang Taruna, yang seluruhnya memiliki keterkaitan langsung maupun tidak langsung dengan kegiatan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat.

Selain itu, dilakukan pemetaan terhadap potensi lokal berupa keberadaan sejumlah UMKM yang memproduksi camilan tradisional seperti comring, keripik kaca, dan keripik tempe. Hasil penelusuran menunjukkan bahwa produk tersebut sudah dikenal masyarakat sekitar, tetapi belum memiliki keunikan yang mampu meningkatkan nilai jual maupun daya tarik wisata kuliner. Informasi awal ini

menjadi dasar penting bagi perancangan intervensi yang berfokus pada pengembangan produk khas desa berbasis inovasi lokal.



Gambar 1 Wawancara Bersama BPW Winduraja

Sumber: Dokumentasi KKN Desa Winduraja

2. Observasi Potensi UMKM di Desa Winduraja

Kegiatan pengabdian dimulai dengan observasi lapangan terhadap beberapa pelaku UMKM di Desa Winduraja, yang sebagian besar memproduksi makanan ringan berbasis olahan singkong dan kedelai, seperti comring, keripik kaca, dan keripik tempe. Dari hasil observasi, ditemukan bahwa proses produksi masih dilakukan secara tradisional dengan standar higienitas dan konsistensi rasa yang bervariasi. Produk-produk tersebut umumnya dijual dalam bentuk setengah jadi dengan kemasan plastik polos tanpa merek dan label yang informatif. Hal ini menyebabkan rendahnya daya saing dan minimnya nilai jual produk, khususnya untuk pasar wisatawan yang membutuhkan kualitas dan citra produk yang lebih profesional.



Gambar 2 Proses Penggorengan Comring di salah satu UMKM

Sumber: Desain Tim KKN

3. Inovasi Produk dan Pengembangan Identitas Kuliner Lokal

Berdasarkan temuan lapangan, tim pengabdian merancang pengembangan produk melalui inovasi pada aspek varian rasa, penamaan produk, dan desain kemasan. Inovasi ini diimplementasikan dalam tiga jenis produk utama:

a. Comring, dengan varian sebagai berikut:

1) *Comot (Comring Motah) Asli Pisan Bos*

Comring ini bervariasi rasa original tanpa ada campuran rasa lain. Dengan kemasan 250gr, 500gr, dan 1kg.



Gambar 3 Desain Kemasan Comring

Sumber: Desain Tim KKN

2) *Comot (Comring Motah) Original Jeruk*

Comring ini bervariasi rasa original dengan tambahan bumbu daun jeruk, yang memberikan rasa gurih dan wangi dari daun jeruk. Ukuran kemasan yang ditawarkan dalam kemasan berukuran 250gr, 500gr, dan 1kg.

3) *Daseng (Lada Seungit)*

Comring ini bervariasi rasa pedas chilli oil dengan tambahan bumbu daun jeruk, yang memberikan rasa gurih pedas dan wangi dari daun jeruk. Ukuran kemasan yang ditawarkan dalam kemasan berukuran 250gr, 500gr, dan 1kg.

4) *Cadas (Kacang Pedas)*

Comring ini bervariasi rasa pedas dengan tambahan bumbu kacang, yang memberikan rasa gurih pedas. Ukuran kemasan yang ditawarkan dalam kemasan berukuran 250gr, 500gr, dan 1kg.

b. Keripik Kaca (*Ngaca*). dengan varian sebagai berikut:

1) *Herang*

Keripik kaca ini memiliki varian rasa original gurih tanpa bumbu yang lainnya. Ukuran kemasan yang ditawarkan dalam kemasan berukuran 150gr, 250gr, 500gr, 1kg.

2) *Daseng (Lada Seungit)*

Keripik kaca ini bervariasi rasa pedas chilli oil dengan tambahan bumbu daun jeruk, yang memberikan rasa gurih pedas dan wangi dari daun jeruk. Ukuran kemasan yang ditawarkan dalam kemasan berukuran 150gr, 250gr, 500gr, dan 1kg.

3) *Badas* (Balado Pedas)

Keripik kaca ini bervarian rasa pedas Chilli oil dengan tambahan bumbu balado. Ukuran kemasan yang ditawarkan dalam kemasan berukuran 150gr, 250gr, 500gr, dan 1kg.



Gambar 4 Sample Kemasan 150gr, 250gr, 500gr Ngaca

Sumber: Desain Dokumentasi Tim KKN

c. Keripik Tempe (*Kite*) dengan varian:

1) *Bodas*

Keripik Tempe ini memiliki varian rasa original gurih tanpa bumbu yang lainnya. Ukuran kemasan yang ditawarkan dalam kemasan ukuran 250gr, 500gr, 1 kg.

2) *Daseng* (Lada Seungit)

Keripik tempe ini bervarian rasa pedas chilli oil dengan tambahan bumbu daun jeruk, yang memberikan rasa gurih pedas dan wangi dari daun jeruk. Ukuran kemasan yang ditawarkan dalam kemasan berukuran 250gr, 500gr, dan 1kg.

3) *Badas* (Balado Pedas)

Keripik tempe ini bervarian rasa pedas *Chilli oil* dengan tambahan bumbu balado. Ukuran kemasan yang ditawarkan dalam kemasan berukuran 150gr, 250gr, 500gr, dan 1kg.

4) *Buru* (Bumbu Rujak)

Keripik tempe ini bervarian rasa pedas dengan tambahan bumbu rujak terpisah. Ukuran kemasan yang ditawarkan dalam kemasan berukuran 150gr, 250gr, 500gr.

Penamaan produk menggunakan istilah khas Sunda yang akrab di telinga masyarakat setempat, bertujuan membangun koneksi emosional sekaligus memperkuat identitas lokal. Untuk memperkuat nilai estetika dan kelayakan pasar, tim merancang kemasan berukuran 150 gr hingga 1 kg dengan desain visual menarik dan logo merek lokal yang konsisten. Penyesuaian harga dilakukan melalui perhitungan sederhana Harga Pokok Penjualan (HPP) untuk memastikan keberlanjutan usaha.

4. *Forum Group Discussion* (FGD) dan Kolaborasi Multipihak

Rangkaian kegiatan pengabdian ditutup dengan pelaksanaan *Forum Group Discussion* (FGD) yang menghadirkan BPD, BUMDes, LPM, PKK, Karang Taruna, dan Kepala Desa Winduraja. FGD ini bertujuan untuk mempresentasikan hasil inovasi produk, meminta masukan, dan merancang strategi pengembangan ke depan. Forum berlangsung interaktif, dan mayoritas peserta menyampaikan dukungan atas inisiatif pengembangan makanan khas desa. Dari diskusi tersebut, diperoleh beberapa rekomendasi kolaboratif, antara lain:

- a. Produk inovatif akan didistribusikan melalui outlet wisata desa dan ditampilkan dalam kegiatan promosi pariwisata lokal;
- b. Keterlibatan BUMDes sebagai pengelola produksi massal dan distribusi produk;
- c. Penyusunan pelatihan lanjutan untuk pelaku UMKM tentang manajemen usaha, pemasaran digital, dan pengurusan izin edar produk (PIRT).

5. Evaluasi Partisipatif

Setelah rangkaian kegiatan dilaksanakan, termasuk inovasi produk dan pelaksanaan FGD, tim pengabdian melakukan evaluasi partisipatif bersama mitra dan pelaku UMKM. Evaluasi dilakukan melalui diskusi terbuka, wawancara singkat, dan pengisian umpan balik sederhana untuk mengetahui tingkat keterlibatan, pemahaman, serta potensi keberlanjutan program.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan ini mendapatkan respons positif dari peserta. Mereka merasa dilibatkan secara aktif dalam proses, mulai dari penyusunan ide produk hingga diskusi strategi pemasaran. Beberapa pelaku UMKM menyatakan minat untuk merealisasikan produksi massal produk hasil inovasi dengan dukungan dari BUMDes. Selain itu, kelembagaan desa, khususnya Karang Taruna dan PKK, menyatakan kesediaan untuk menjadi mitra dalam memasarkan produk melalui berbagai event desa.

Temuan ini menegaskan bahwa pendekatan partisipatif dalam kegiatan pengabdian tidak hanya meningkatkan keberterimaan hasil program, tetapi juga membuka peluang keberlanjutan melalui kepemilikan bersama (*sense of ownership*) atas produk inovatif yang dikembangkan.

D. Penutup

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Winduraja, Kabupaten Ciamis, telah berhasil mengidentifikasi dan mengembangkan potensi UMKM lokal melalui pendekatan inovatif dan kolaboratif. Melalui tahapan observasi, perancangan produk, dan pelaksanaan *Forum Group Discussion* (FGD), tercipta berbagai inovasi produk camilan khas seperti comring, keripik kaca, dan keripik tempe dengan varian rasa baru dan kemasan menarik. Kegiatan ini tidak hanya memberikan nilai tambah terhadap produk, tetapi juga memperkuat identitas kuliner lokal yang selaras dengan pengembangan desa wisata.

Kolaborasi multipihak yang melibatkan BPD, BUMDes, PKK, LPM, dan Karang Taruna dalam proses FGD menjadi elemen kunci keberhasilan program. Hasil evaluasi partisipatif menunjukkan bahwa pendekatan yang melibatkan masyarakat secara langsung mampu meningkatkan keterlibatan, rasa memiliki, serta kesiapan untuk melanjutkan pengembangan produk secara mandiri. Dengan

demikian, kegiatan ini memberikan kontribusi terhadap pemberdayaan UMKM sekaligus memperkuat sinergi antara potensi ekonomi dan wisata desa.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, khususnya kepada Pemerintah Desa Winduraja, BPD, BUMDes, PKK, LPM, Karang Taruna, serta para pelaku UMKM setempat yang telah bersedia menjadi mitra aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Terima kasih juga disampaikan kepada Institut Teknologi dan Bisnis Riyadlul Ulum serta Sekolah Tinggi Ilmu Adab dan Budaya Islam Bisnis Riyadlul Ulum atas dukungan moril dan fasilitasi yang memungkinkan kegiatan ini terlaksana dengan baik. Semoga hasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat nyata dan berkelanjutan bagi masyarakat Desa Winduraja.

Daftar Pustaka

- Anjarsari, N., Silalahi, V. A. J. M., Siahaan, R. S., Simanjutak, A. S., Simanjuntak, M. W., Situmorang, K. J., Sondakh, E. B. C., & Tangkudung, A. G. D. (2024). Strategi pemberdayaan UMKM melalui inovasi kemasan produk. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 1324–1330.
- Chambers, R. (1997). *Whose reality counts? Putting the first last*. Intermediate Technology Publications.
- Damanik, D., & Damanik, P. (2024). Sosialisasi pemberdayaan UMKM sektor pariwisata di Kabupaten Simalungun. *Transformasi Masyarakat: Jurnal Inovasi Sosial dan Pengabdian*, 8–16.
- Ife, J. (2016). *Community development in an uncertain world: Vision, analysis and practice* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Jabbar, U. A., Intiar, S., & Mansur, A. (2025). Inovasi packaging produk sebagai upaya peningkatan daya jual UMKM aneka. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1–7.
- Limanseto. (2025, Januari 15). Pemerintah dorong UMKM naik kelas untuk tingkatkan kontribusi terhadap ekspor Indonesia. *Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- Maria, V., Situmeang, T., & Ardana, R. F. (2024). Strategi pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Serang Kabupaten Serang. *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 12–36.

- Rosmadi, N., & L. M. (2021). Inovasi dan kreativitas pelaku usaha UMKM di era Covid-19. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 87–94.
- Purnomo, A. (2024). Pengembangan inovasi kemasan untuk meningkatkan merek dan keunggulan kompetitif bagi UMKM Klanting Sumber Rezeki Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 72–76.
- Rahmawati, A., & Izzalqurny, T. R. (2024). Inovasi pangan desa Kebobang: Kreasi olahan ubi Gunung Kawi menuju ekonomi desa berdaya. *Global Abdimams: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 35–43.
- Ramadhan, M. T., Pelu, M. F. A., Utami, A. T., Akwila, F., & Al-Fathan, D. Z. (2025). Meningkatkan pertumbuhan ekonomi syariah melalui daya tarik wisata halal internasional yang kreatif. *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains dan Terapan*, 19–32.
- Sirait, E., Sugiharto, B. H., Abidin, J., Padang, N. S., & Putra, J. E. (2024). Peran UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan perekonomian di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3816–3829.
- Titisari, K. H., Hussein, A. S., Hadi, P., Hapsari, R., Astungkara, A., & Wijayanti, A. (2023). Pelatihan dan pendampingan UMKM menuju kawasan wisata Kampung Batik Laweyan. *Journal of Human and Education*, 592–599.
- Widodo, R. D., & Santoso, D. B. R. R. (2023). Peningkatan produktivitas, kualitas, dan pemasaran olahan gula aren berbasis penerapan IPTEKS di Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 3660–3665.
- Widyanti, T., Tetep, T., Supriatna, A., & Nurgania, S. (2022, July 12). Development of a local wisdom-based creative economy. In *Proceedings of the 6th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2021)* (pp. 38–41). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220701.009>
- Zulfan, M., Ngatemin, & Sitepu, M. R. (2023). Sinergi potensi kuliner lokal dalam pengembangan desa wisata Pematang Johar, Sumatera Utara. *Jurnal Gastronomi Indonesia*, 23–32.