



ISSN 2963-1602

Volume 4 Nomor 02 Bulan Januari Tahun 2026

JURNAL ILMIAH KOORDINASI

Dikirim penulis 03-12-2025, Diterima: 26-12-2025 Dipublikasi: 28-01-2026

UPGRADE KEMASAN SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN DAYA TARIK DAN NILAI JUAL PRODUK UMKM DESA PAMIJAHAN KABUPATEN TASIKMALAYA

Teguh Heri Widodo

Program Studi Administrasi Niaga STIA YPPT PRIATIM TASIKMALAYA

Email: teguhheriwidodo@gmail.com

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk UMKM makanan kolang kaling melalui *upgrade* kemasan. Permasalahan utama mitra adalah penggunaan kemasan sederhana tanpa label yang berdampak pada rendahnya daya saing produk. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif yang meliputi observasi, sosialisasi, pelatihan desain kemasan, serta pendampingan penerapan kemasan baru. Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan signifikan pada tampilan produk kolang kaling setelah menggunakan kemasan *food grade* yang lebih menarik dan informatif. Kemasan baru meningkatkan persepsi kualitas produk, kepercayaan konsumen, serta membuka peluang peningkatan nilai jual dan jangkauan pemasaran. Kegiatan ini membuktikan bahwa inovasi kemasan merupakan solusi strategis dan aplikatif dalam mendukung pengembangan UMKM pangan berbasis potensi lokal.

Kata kunci: kemasan produk, kolang kaling, UMKM, nilai jual, PKM

Abstract

This Community Service Program (PKM) aims to enhance the attractiveness and selling value of kolang kaling food products produced by MSMEs through packaging upgrades. The main problem faced by partners was the use of simple, unlabeled packaging, which reduced product competitiveness. The program applied a participatory approach consisting of observation, socialization, packaging design training, and assistance in implementing improved packaging. The results showed a significant improvement in the visual appearance of kolang kaling products after using food-grade, attractive, and informative packaging. The upgraded packaging increased product quality perception, consumer trust, and opportunities for higher selling prices and wider market reach. This program demonstrates that packaging innovation is a practical and strategic solution to support the development of local food-based MSMEs.

Keywords: *packaging, kolang kaling, MSMEs, selling value, community service*

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian masyarakat, khususnya di wilayah perdesaan. UMKM tidak hanya berperan



dalam menyediakan lapangan kerja, tetapi juga menjadi sumber penghasilan utama bagi masyarakat lokal. Di sektor pangan, UMKM memiliki potensi besar untuk dikembangkan karena berbasis pada sumber daya lokal dan kebutuhan konsumsi masyarakat yang relatif stabil. Namun demikian, banyak UMKM pangan yang masih menghadapi berbagai keterbatasan, terutama dalam aspek pemasaran dan pengemasan produk.

Salah satu produk pangan lokal di Pamijahan Kec Bantarkalong Kabupaten Tasikmalaya yang banyak dihasilkan oleh UMKM adalah kolang kaling. Produk ini diolah dari buah aren dan memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi serta permintaan pasar yang cenderung meningkat pada waktu-waktu tertentu, seperti bulan Ramadan dan hari besar keagamaan. Meskipun memiliki potensi pasar yang baik, produk kolang kaling yang dihasilkan oleh UMKM umumnya masih dipasarkan secara sederhana, baik dalam bentuk curah maupun menggunakan kemasan plastik polos tanpa identitas produk. Kondisi tersebut menyebabkan produk kolang kaling sulit bersaing dengan produk sejenis yang telah memiliki kemasan lebih menarik dan informatif.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM kolang kaling terletak pada kemasan produk. Kemasan yang digunakan belum memperhatikan aspek estetika, informasi produk, dan strategi pemasaran. Kemasan hanya berfungsi sebagai wadah, belum dimanfaatkan sebagai media promosi dan pembentuk citra produk. Akibatnya, produk kolang kaling memiliki daya tarik visual yang rendah dan dipersepsikan sebagai produk dengan kualitas standar, sehingga berdampak langsung pada rendahnya nilai jual dan terbatasnya jangkauan pemasaran.

Padahal, kemasan memiliki peran strategis dalam meningkatkan nilai tambah produk. Kemasan tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk, tetapi juga sebagai sarana komunikasi antara produsen dan konsumen. Desain kemasan yang menarik, informatif, dan higienis dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta memengaruhi keputusan pembelian. Bagi UMKM pangan, inovasi kemasan menjadi salah satu strategi yang relatif mudah diterapkan dan memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan daya saing produk di pasar.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan upaya pendampingan yang terarah untuk membantu UMKM kolang kaling dalam meningkatkan kualitas kemasan produknya. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menawarkan solusi melalui **upgrade kemasan** sebagai langkah inovatif untuk meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk UMKM makanan kolang kaling. Melalui pendekatan partisipatif, pelaku UMKM dilibatkan secara aktif dalam proses identifikasi masalah, perancangan, hingga penerapan kemasan baru yang lebih menarik, informatif, dan sesuai dengan karakter produk kolang kaling.

Dengan dilaksanakannya kegiatan PKM ini, diharapkan produk kolang kaling UMKM tidak hanya memiliki kemasan yang lebih baik secara visual, tetapi juga mampu meningkatkan daya saing dan nilai jual produk. Selain memberikan manfaat langsung bagi pelaku UMKM, kegiatan ini juga menjadi bentuk kontribusi perguruan tinggi dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal.

Tujuan dan Manfaat PKM

1. Tujuan Kegiatan



Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM makanan kolang kaling dalam meningkatkan kualitas kemasan produk sebagai upaya peningkatan daya tarik dan nilai jual. Secara khusus, tujuan dari kegiatan PKM ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya kemasan produk sebagai media promosi dan identitas produk.
2. Memberikan keterampilan kepada pelaku UMKM dalam merancang dan menggunakan kemasan kolang kaling yang sederhana, menarik, informatif, dan sesuai dengan standar keamanan pangan.
3. Menghasilkan kemasan produk kolang kaling yang lebih higienis dan memiliki identitas yang jelas melalui pencantuman label produk.
4. Mendorong peningkatan daya tarik visual produk kolang kaling sehingga lebih kompetitif di pasar.
5. Meningkatkan nilai jual produk kolang kaling UMKM melalui inovasi dan *upgrade* kemasan.

2. Manfaat Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan PKM ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

a. Manfaat bagi Pelaku UMKM

Pelaku UMKM memperoleh pengetahuan dan keterampilan praktis dalam pengemasan produk kolang kaling, sehingga mampu menghasilkan produk dengan tampilan yang lebih menarik dan profesional. Kemasan yang lebih baik diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas peluang pemasaran, serta berdampak pada peningkatan nilai jual dan pendapatan UMKM.

b. Manfaat bagi Masyarakat

Masyarakat sebagai konsumen memperoleh produk kolang kaling yang dikemas secara lebih higienis, informatif, dan aman dikonsumsi. Selain itu, peningkatan kualitas produk UMKM diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan memperkuat keberlanjutan usaha masyarakat di sektor pangan.

c. Manfaat bagi Perguruan Tinggi

Kegiatan PKM ini menjadi sarana implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam bidang pengabdian kepada masyarakat. Selain itu, kegiatan ini berkontribusi pada pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) Perguruan Tinggi, penguatan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) melalui keterlibatan dosen dalam pendampingan masyarakat, serta mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya pada aspek peningkatan ekonomi lokal dan pemberdayaan UMKM.



Profil Mitra dan Objek PKM

1. Profil Mitra PKM

Mitra dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) makanan kolang kaling yang berada di wilayah perdesaan. UMKM mitra merupakan usaha rumah tangga yang memproduksi dan menjual kolang kaling sebagai produk utama, baik dalam bentuk kolang kaling basah segar maupun olahan sederhana seperti manisan kolang kaling. Kegiatan produksi dilakukan secara mandiri dengan memanfaatkan bahan baku lokal yang mudah diperoleh dari lingkungan sekitar.

Dalam operasionalnya, UMKM mitra masih menggunakan peralatan sederhana dan mengandalkan tenaga kerja keluarga. Sistem pemasaran yang dilakukan juga masih terbatas, yaitu melalui penjualan langsung kepada konsumen, titip jual di warung sekitar, atau berdasarkan pesanan. UMKM mitra memiliki potensi pengembangan usaha yang cukup besar, namun belum diimbangi dengan strategi pengemasan dan pemasaran produk yang memadai.

2. Kondisi Awal Mitra

Berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan bahwa UMKM mitra masih menghadapi beberapa permasalahan utama, khususnya pada aspek kemasan produk. Produk kolang kaling yang dihasilkan umumnya dikemas menggunakan plastik polos tanpa label dan tanpa informasi produk. Kemasan hanya berfungsi sebagai wadah sementara dan belum memperhatikan aspek estetika, kebersihan, serta identitas produk.

Kondisi kemasan tersebut menyebabkan produk kolang kaling sulit dibedakan dengan produk sejenis di pasaran. Selain itu, kemasan yang sederhana juga memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk, sehingga berdampak pada rendahnya harga jual dan terbatasnya jangkauan pemasaran. UMKM mitra belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai terkait pemilihan jenis kemasan yang tepat serta desain label yang menarik dan informatif.

3. Objek PKM

Objek dalam kegiatan PKM ini adalah produk kolang kaling UMKM, khususnya pada aspek kemasan produk. Fokus kegiatan diarahkan pada *upgrade* kemasan kolang kaling, mulai dari pemilihan bahan kemasan yang aman (*food grade*), penggunaan kemasan yang lebih menarik dan higienis, hingga penambahan label sebagai identitas produk.

Produk kolang kaling dipilih sebagai objek PKM karena memiliki potensi pasar yang baik, mudah dikembangkan, dan relatif sederhana dalam proses pengemasan. Melalui inovasi kemasan, produk kolang kaling diharapkan tidak hanya berfungsi sebagai produk pangan sehari-hari, tetapi juga memiliki nilai tambah sebagai produk UMKM yang layak bersaing di pasar lokal maupun pasar yang lebih luas.

4. Alasan Pemilihan Mitra dan Objek PKM

Pemilihan UMKM kolang kaling sebagai mitra PKM didasarkan pada beberapa pertimbangan, antara lain:



- (1) produk kolang kaling memiliki potensi ekonomi yang cukup tinggi;
- (2) permasalahan kemasan yang dihadapi mitra masih dapat diselesaikan melalui pendampingan dan inovasi sederhana;
- (3) adanya komitmen dan keterbukaan mitra untuk mengikuti seluruh rangkaian kegiatan PKM; s
- (4) kesesuaian antara permasalahan mitra dengan kompetensi tim pengabdian.

Dengan pemilihan mitra dan objek PKM yang tepat, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memberikan dampak nyata dan berkelanjutan bagi pengembangan usaha UMKM kolang kaling.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan partisipatif, yaitu melibatkan pelaku UMKM kolang kaling sebagai subjek utama dalam seluruh tahapan kegiatan. Pendekatan ini bertujuan agar mitra tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga terlibat aktif dalam proses identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan, sehingga hasil pengabdian dapat diterapkan secara berkelanjutan.

Pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan secara bertahap melalui beberapa langkah kerja konkret sebagai berikut.

1. Observasi dan Identifikasi Kebutuhan Mitra

Tahap awal kegiatan adalah observasi lapangan yang bertujuan untuk mengetahui kondisi nyata UMKM mitra. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung proses pengemasan produk kolang kaling, jenis kemasan yang digunakan, serta cara pemasaran produk. Selain itu, dilakukan wawancara singkat dengan pelaku UMKM untuk menggali permasalahan yang dihadapi, khususnya terkait keterbatasan kemasan dan dampaknya terhadap penjualan produk.

Hasil observasi menunjukkan bahwa produk kolang kaling masih dikemas menggunakan plastik polos tanpa label dan identitas produk. Temuan ini menjadi dasar dalam perumusan materi sosialisasi dan pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra.

2. Sosialisasi Program dan Edukasi Kemasan Produk

Tahap selanjutnya adalah sosialisasi yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya kemasan produk. Materi sosialisasi mencakup fungsi kemasan sebagai pelindung produk, media informasi, dan sarana promosi. Pada tahap ini juga dijelaskan peran kemasan dalam membentuk persepsi konsumen serta pengaruhnya terhadap daya tarik dan nilai jual produk kolang kaling.

Kegiatan sosialisasi dilakukan secara interaktif melalui diskusi dan tanya jawab, sehingga pelaku UMKM dapat menyampaikan pengalaman, kendala, serta harapan terkait pengemasan produk. Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran mitra akan pentingnya inovasi kemasan sebagai strategi pengembangan usaha.



ISSN 2963-1602

Volume 4 Nomor 02 Bulan Januari Tahun 2026

JURNAL ILMIAH KOORDINASI

Dikirim penulis 03-12-2025, Diterima: 26-12-2025 Dipublikasi: 28-01-2026

3. Pelatihan Desain dan Pembuatan Kemasan Kolang Kaling

Pelatihan difokuskan pada praktik pembuatan kemasan kolang kaling yang sederhana, menarik, dan informatif. Pada tahap ini, pelaku UMKM diberikan pengetahuan mengenai pemilihan bahan kemasan yang aman (*food grade*), penggunaan kemasan ziplock dan tinwall, serta teknik penyegelan kemasan yang baik.

Selain itu, pelaku UMKM dilatih untuk menyusun desain label produk yang mencantumkan informasi penting, seperti nama produk, nama produsen UMKM, komposisi bahan, dan tanggal produksi. Pelatihan dilakukan secara langsung dengan simulasi pengemasan produk kolang kaling, sehingga mitra dapat memahami dan mempraktikkan proses pengemasan secara mandiri.

4. Pendampingan Penerapan Kemasan dan Evaluasi

Tahap pendampingan dilakukan untuk memastikan bahwa kemasan baru dapat diterapkan secara konsisten oleh pelaku UMKM. Tim pengabdian mendampingi mitra dalam proses pengemasan produk kolang kaling menggunakan kemasan hasil pelatihan, sekaligus memberikan masukan terkait kerapihan, kebersihan, dan kesesuaian desain kemasan.

Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi kemasan sebelum dan sesudah kegiatan PKM, serta mengidentifikasi perubahan daya tarik produk dan respon awal konsumen. Selain itu, dilakukan diskusi dengan pelaku UMKM terkait peluang peningkatan harga jual setelah penggunaan kemasan baru. Hasil evaluasi digunakan sebagai bahan perbaikan dan rekomendasi keberlanjutan program.

5. Waktu dan Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan PKM dilaksanakan selama beberapa bulan dengan tahapan yang terstruktur, mulai dari observasi, sosialisasi, pelatihan, hingga pendampingan dan evaluasi. Seluruh rangkaian kegiatan dilakukan secara langsung bersama pelaku UMKM kolang kaling agar hasil pengabdian dapat diterapkan secara optimal.

Hasil dan Pembahasan

1. Kondisi Awal Kemasan Produk Kolang Kaling

Berdasarkan hasil observasi awal, diketahui bahwa produk kolang kaling yang dihasilkan oleh UMKM mitra masih dikemas menggunakan plastik polos tanpa label dan identitas produk. Kemasan tersebut hanya berfungsi sebagai wadah sementara dan belum memperhatikan aspek estetika, informasi produk, maupun strategi pemasaran. Produk kolang kaling umumnya dijual dalam bentuk curah atau dikemas sederhana sesuai permintaan konsumen.

Kondisi kemasan yang sederhana menyebabkan produk kolang kaling sulit dibedakan dengan produk sejenis di pasaran. Selain itu, kemasan yang kurang menarik dan tidak informatif memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Dampaknya, produk hanya dipasarkan di lingkup terbatas dengan harga jual yang relatif rendah, meskipun kualitas bahan baku dan rasa produk tergolong baik.



2. Proses Upgrade Kemasan Produk Kolang Kaling

Sebagai tindak lanjut dari permasalahan tersebut, kegiatan PKM ini melakukan *upgrade* kemasan produk kolang kaling melalui pendampingan kepada UMKM mitra. Proses *upgrade* kemasan dimulai dari pemilihan bahan kemasan yang aman (*food grade*), yaitu penggunaan kemasan ziplock dan tinwall untuk jenis produk tertentu. Pemilihan kemasan ini mempertimbangkan aspek kebersihan, kemudahan penggunaan, serta daya tarik visual.

Selain pemilihan bahan kemasan, dilakukan pula perancangan label produk yang sederhana namun informatif. Label kemasan mencantumkan nama produk, nama produsen UMKM, komposisi bahan, serta tanggal produksi. Desain label dibuat dengan warna cerah dan tulisan yang mudah dibaca untuk mencerminkan kesegaran produk kolang kaling. Proses pengemasan dilakukan secara langsung oleh pelaku UMKM dengan pendampingan tim pengabdian, sehingga mitra dapat memahami dan menerapkan teknik pengemasan secara mandiri.

3. Spesifikasi Kemasan Produk Kolang Kaling

Hasil dari kegiatan *upgrade* kemasan adalah terciptanya kemasan kolang kaling yang lebih higienis, rapi, dan memiliki identitas produk yang jelas. Produk kolang kaling dikemas dalam ukuran yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar, yaitu kemasan kecil hingga sedang untuk penjualan eceran. Kemasan dilengkapi dengan sistem penutup *ziplock* dan segel panas untuk menjaga kualitas produk.

Kemasan baru tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media informasi dan promosi. Dengan adanya label produk, konsumen dapat mengetahui informasi dasar mengenai produk kolang kaling yang dibeli, sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap produk UMKM.

4. Dampak Upgrade Kemasan terhadap Daya Tarik Produk

Penerapan kemasan baru memberikan perubahan signifikan terhadap tampilan produk kolang kaling. Produk yang sebelumnya terlihat sederhana kini tampil lebih menarik, bersih, dan profesional. Daya tarik visual kemasan meningkat karena kemasan dapat berdiri dengan rapi dan menampilkan isi produk secara jelas.

Peningkatan daya tarik kemasan ini sejalan dengan konsep pemasaran yang menyatakan bahwa kemasan merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Kemasan yang menarik dan informatif dapat mendorong minat beli konsumen serta membedakan produk UMKM dari produk sejenis di pasaran.

5. Dampak Upgrade Kemasan terhadap Nilai Jual Produk

Selain meningkatkan daya tarik, *upgrade* kemasan juga berdampak pada nilai jual produk kolang kaling. Dengan kemasan yang lebih baik, pelaku UMKM memiliki kepercayaan diri untuk menawarkan produk dengan harga yang lebih layak. Konsumen cenderung menerima penyesuaian harga karena kemasan baru memberikan kesan produk yang lebih higienis dan berkualitas.



Hasil diskusi dengan pelaku UMKM menunjukkan bahwa kemasan baru memberikan peluang perluasan pasar, tidak hanya terbatas pada penjualan lokal, tetapi juga memungkinkan produk dipasarkan sebagai oleh-oleh atau produk UMKM unggulan. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi kemasan berperan penting dalam meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk kolang kaling UMKM.

6. Pembahasan

Hasil kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa permasalahan utama UMKM kolang kaling bukan terletak pada kualitas produk, melainkan pada aspek pengemasan. Melalui inovasi kemasan yang sederhana dan sesuai dengan karakter produk, UMKM mampu meningkatkan daya tarik visual dan nilai jual produk kolang kaling. Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa kemasan berfungsi sebagai alat komunikasi pemasaran yang efektif dan mampu membentuk persepsi kualitas di mata konsumen.

Dengan demikian, *upgrade* kemasan merupakan solusi inovatif yang relatif mudah diterapkan dan memiliki dampak nyata bagi pengembangan UMKM pangan. Kegiatan PKM ini membuktikan bahwa pendampingan yang tepat sasaran dapat membantu UMKM meningkatkan daya saing produk berbasis potensi lokal secara berkelanjutan.

Tabel Perubahan Kemasan Produk

No	Aspek Perbandingan	Sebelum PKM	Sesudah PKM
1	Jenis Kemasan	Plastik polos tanpa bentuk khusus	ziplock dan tinwall
2	Bahan Kemasan	Plastik biasa	Plastik <i>food grade</i> (PP, nylon-PE)
3	Identitas Produk	Tidak ada label	Terdapat label produk
4	Informasi Produk	Tidak tercantum	Nama produk, produsen, komposisi, tanggal produksi
5	Tampilan Visual	Sederhana dan kurang menarik	Lebih rapi, bersih, dan menarik
6	Fungsi Kemasan	Sekadar wadah	Pelindung produk, media informasi, dan promosi
7	Persepsi Konsumen	Produk biasa dengan kualitas standar	Produk lebih higienis dan berkualitas
8	Daya Tarik Produk	Rendah	Meningkat
9	Nilai Jual Produk	Relatif rendah	Meningkat dan lebih kompetitif
10	Jangkauan Pemasaran	Terbatas pada lingkungan sekitar	Berpeluang dipasarkan lebih luas

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan fokus *upgrade* kemasan produk UMKM makanan kolang kaling telah berhasil dilaksanakan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi mitra UMKM bukan terletak pada kualitas produk, melainkan pada aspek pengemasan yang sebelumnya masih sederhana dan belum memiliki identitas produk.

Melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan pelaku UMKM secara langsung, kegiatan ini mampu meningkatkan pemahaman mitra mengenai pentingnya kemasan sebagai media perlindungan, informasi, dan promosi produk. *Upgrade* kemasan kolang kaling berupa penggunaan kemasan *food grade* yang lebih menarik serta penambahan label produk memberikan perubahan nyata terhadap tampilan produk.

Penerapan kemasan baru berdampak positif terhadap peningkatan daya tarik visual dan persepsi kualitas produk kolang kaling. Hal ini membuka peluang peningkatan nilai jual serta perluasan jangkauan pemasaran produk UMKM. Dengan demikian, inovasi kemasan dapat menjadi solusi strategis dalam meningkatkan daya saing produk UMKM pangan berbasis potensi lokal.

Ucapan Terima Kasih

Tim pelaksana Pengabdian kepada Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada pelaku UMKM kolang kaling di Desa Pamijahan, Kecamatan Bantarkalong, Kabupaten Tasikmalaya, yang telah berpartisipasi aktif selama kegiatan berlangsung.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada perguruan tinggi melalui program PKM Dosen Internal yang telah memberikan dukungan pendanaan dan fasilitasi kegiatan. Semoga hasil kegiatan pengabdian ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi pengembangan UMKM serta menjadi referensi bagi kegiatan pengabdian kepada masyarakat selanjutnya.

Daftar Pustaka

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2020). *Strategi Pengembangan UMKM*. Jakarta: Kemenkop UKM.

Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Swastha, B., & Irawan. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Widodo, S., & Jauhari, J. (2018). Peran kemasan dalam meningkatkan daya saing produk UMKM pangan. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 45–52.

Daftar Gambar



Gambar 1. Kemasan Awal sebelum di upgrade



Gambar 2. kemasan Pouch sebelum di upgrade label



ISSN 2963-1602

Volume 4 Nomor 02 Bulan Januari Tahun 2026

JURNAL ILMIAH KOORDINASI

Dikirim penulis 03-12-2025, Diterima: 26-12-2025 Dipublikasi: 28-01-2026



Gambar 3. Kemasan UMKM setelah di upgrade



Gambar 4. Kemasan UMKM setelah di upgrade