

# Pendampingan Terpadu Kelompok UP2K melalui Inovasi Kemasan Berstandar IRTP, Manajemen Usaha, dan Pemasaran Digital di Desa Purwosari II

Shafrina Amalia<sup>\*1</sup>, Trisylvana Azwari<sup>1</sup>, Avela Dewi Widyakanti<sup>1</sup>, Syakrani<sup>1</sup>,  
Risa Apriliani<sup>1</sup>, Muhammad Adika Rizqullah<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia

\*e-mail: shafrina.amalia@ulm.ac.id

Article Info: Received: 21 July 2026, Accepted: 10 August 2026, Published: 24 August 2026

## Abstract

*The Family Income Improvement Business Group (UP2K) in Purwosari II Village, Tamban District, Barito Kuala Regency manages home-based food enterprises but faces several challenges, including packaging that does not comply with Home Food Industry (IRTP) standards, inadequate business administration, limited use of appropriate technology, and conventional marketing. This community service program aimed to strengthen the institutional capacity of the UP2K group through IRTP-based packaging innovation, improved business management, appropriate technology, and digital marketing. The program applied a participatory approach consisting of socialization, training, mentoring, and evaluation using pre-test and post-test instruments involving 20 participants. The results showed that participants' average understanding increased significantly from 36.4% in the pre-test to 100% in the post-test. All participants were able to design product packaging and labels that complied with IRTP standards, prepare simple bookkeeping records, apply appropriate technology in the packaging process, and utilize digital media for product promotion. The program also improved packaging quality, making it more informative and compliant with food labeling principles, thereby increasing product value and competitiveness. Overall, the program strengthened the institutional capacity of the UP2K group and supported sustainable business development through improved management practices and digital marketing.*

**Keywords:** Institutional Capacity; UP2K; Packaging Innovation; Digital Marketing; Appropriate Technology

## Abstrak

*Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2K) di Desa Purwosari II, Kecamatan Tamban, Kabupaten Barito Kuala mengelola usaha pangan rumah tangga, namun masih menghadapi berbagai kendala, antara lain penggunaan kemasan produk yang belum memenuhi standar Industri Rumah Tangga Pangan (IRTP), administrasi usaha yang belum tertata, pemanfaatan teknologi tepat guna yang masih terbatas, serta pemasaran yang masih bersifat konvensional. Kegiatan pengabdian ini bertujuan memperkuat kapasitas kelembagaan Kelompok UP2K melalui inovasi kemasan berbasis standar IRTP, penguatan manajemen usaha, penerapan teknologi tepat guna, dan pemasaran digital. Program dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif melalui tahapan sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi menggunakan instrumen pre-test dan post-test terhadap 20 peserta. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa rata-rata tingkat pemahaman peserta meningkat secara signifikan dari 36,4% pada pre-test menjadi 100% pada post-test. Seluruh peserta mampu menyusun desain kemasan dan label produk sesuai standar IRTP, membuat pembukuan sederhana, menerapkan teknologi tepat guna dalam proses pengemasan, serta memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi produk. Program ini juga meningkatkan kualitas kemasan sehingga menjadi lebih informatif dan sesuai dengan prinsip pelabelan pangan, yang berpotensi meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil memperkuat kapasitas kelembagaan Kelompok UP2K serta mendukung keberlanjutan usaha melalui penerapan manajemen yang lebih baik dan pemasaran digital.*

**Kata kunci:** Kapasitas Kelembagaan; UP2K; Inovasi Kemasan; Pemasaran Digital; Teknologi Tepat Guna

## 1. PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat mengacu pada metode pembangunan yang berfokus pada penguatan kemampuan individu dan masyarakat, sehingga mereka dapat mewujudkan potensi diri secara independen dan berkelanjutan. Menurut (Kruahong et al., 2023) pemberdayaan masyarakat melibatkan metode yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dengan mendorong partisipasi, mengembangkan keterampilan individu dan kelompok, memperluas akses terhadap sumber daya, serta pengambilan keputusan secara bersama-sama.

Salah satu bentuk implementasi pemberdayaan ekonomi masyarakat diwujudkan melalui Program Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2K) yang bertujuan mendorong masyarakat, khususnya perempuan, untuk membesarkan bisnis produktif berpijak pada keunggulan daerah secara berkelompok. Kegiatan ini bukan saja berorientasi pada pertumbuhan pendapatan keluarga, namun pula diarahkan untuk memperkuat kapasitas anggota kelompok dalam mengelola usaha, meningkatkan keterampilan kewirausahaan, memperluas akses terhadap sumber daya ekonomi, serta membangun kelembagaan usaha yang lebih mandiri dan berkelanjutan (Suryandani, 2021). Sejalan dengan hal tersebut, Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak menyatakan bahwasanya kelompok UP2K berperan sebagai salah satu instrumen pemberdayaan perempuan yang berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas ekonomi keluarga melalui pengembangan usaha produktif, penguatan organisasi kelompok, dan peningkatan kemandirian ekonomi masyarakat (KEMENPP-PA, 2022).

Desa Purwosari II, Kecamatan Tamban, Kabupaten Barito Kuala memiliki peluang ekonomi yang cukup besar, khususnya di bidang pertanian, perikanan, dan industri skala kecil yang terkait dengan pangan. Potensi tersebut menjadi modal penting bagi pengembangan usaha mikro yang dikelola oleh Kelompok UP2K sebagai salah satu cara mengupayakan pendapatan masyarakat berbasis potensi lokal. Berdasarkan data PKK Desa Purwosari II Tahun 2026, Kelompok UP2K terdiri atas 20 anggota aktif yang mengembangkan usaha pangan rumah tangga berupa keripik singkong, stik bawang, amplang, dan kue kering.

Pengembangan usaha berbasis sumber daya lokal dinilai mampu menciptakan nilai tambah ekonomi, membuka peluang kerja, serta mendorong tumbuhnya kemandirian ekonomi masyarakat perdesaan apabila didukung oleh kapasitas kelembagaan dan pengelolaan usaha yang memadai. Oleh karena itu, optimalisasi potensi lokal perlu diiringi dengan penguatan kemampuan kelompok dalam mengelola usaha agar mempunyai kemampuan menghasilkan barang yang dapat bersaing di lingkungan pasar (Haerani et al., 2024).

Meskipun memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, kondisi tersebut belum sepenuhnya mampu mendorong peningkatan daya saing produk karena masih terdapat berbagai kendala dalam pengelolaan usaha. Berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi bersama mitra, diketahui bahwa kapasitas kelembagaan kelompok masih terbatas, inovasi produk belum berkembang secara optimal, serta penerapan standar produksi pangan rumah tangga masih rendah. Selain itu, sistem manajemen usaha yang belum tertata, keterbatasan inovasi kemasan, dan rendahnya pemanfaatan teknologi pemasaran akibatnya, pemasaran produk masih terbatas pada wilayah sekitar sehingga peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas belum dapat dimanfaatkan secara optimal. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya kualitas produk dan terbatasnya kemampuan kelompok dalam meningkatkan nilai tambah usaha sehingga diperlukan upaya penguatan kapasitas kelembagaan secara terintegrasi (Nisa, 2023).

Salah satu permasalahan yang masih menjadi tantangan mitra adalah penggunaan kemasan produk yang belum dikembangkan secara optimal dan belum memenuhi standar Industri Rumah Tangga Pangan (IRTP). Produk sebagian besar masih dikemas menggunakan plastik transparan tanpa memperhatikan aspek perlindungan produk, desain kemasan, maupun informasi yang wajib dicantumkan pada label pangan. Kondisi tersebut menyebabkan produk memiliki tampilan yang kurang menarik, kurang mampu memberikan identitas produk, serta belum mampu mendorong tumbuhnya kepercayaan konsumen melalui penyajian produk yang lebih berkualitas dan aman (Azwari et al., 2023).

Selain aspek kemasan, pemenuhan standar Industri Rumah Tangga Pangan (IRTP) juga berperan penting dalam meningkatkan mutu dan daya saing produk pangan olahan. Penerapan standar IRTP memastikan bahwa proses produksi, pengemasan, dan pelabelan telah memenuhi persyaratan keamanan pangan yang berdampak pada peningkatan nilai ekonomis produk dalam terjamin mutunya dan berperan peluang yang semakin besar untuk diterima oleh pasar (Hidayatullah and Purwanggono, 2025).

Selain kelembagaan, aspek manajemen juga masih menjadi kendala yang dihadapi kelompok UP2K. Pencatatan keuangan usaha masih dilakukan secara sederhana dan sering kali bercampur dengan keuangan rumah tangga sehingga menyulitkan anggota dalam mengetahui kondisi keuangan usaha secara akurat. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan ketidakefisienan dalam pengelolaan modal, kesulitan melakukan evaluasi perkembangan usaha, serta menghambat penyusunan perencanaan usaha di masa mendatang. Pengelolaan manajemen menjadi indikator yang mencerminkan dalam

meningkatkan profesionalisme pelaku usaha mikro karena mendukung proses pengambilan keputusan, pengendalian keuangan, dan keberlanjutan usaha (Fatimah and Mulyandani, 2023).

Di sisi lain, pemasaran produk UP2K juga masih menghadapi berbagai keterbatasan. Produk yang dihasilkan umumnya dipasarkan melalui sistem titip jual di warung sekitar desa sehingga jangkauan pemasaran relatif sempit dan bergantung pada konsumen lokal. Padahal, perkembangan teknologi digitalisasi berkontribusi terhadap terciptanya peluang yang sangat besar bagi pelaku usaha mikro untuk memperbesar akses jaringan pemasaran melalui media sosial, *marketplace*, maupun berbagai *platform* perdagangan elektronik (Putri et al., 2023).

Rendahnya literasi digital anggota kelompok juga menyebabkan optimalisasi media digital untuk kegiatan promosi dan pemasaran produk belum berjalan secara optimal sehingga peluang peningkatan penjualan dan perluasan jaringan pemasaran belum dapat dimanfaatkan secara maksimal. Berbagai penelitian mengindikasikan bahwa penerapan pemasaran digital berkontribusi terhadap peningkatan eksposur produk serta perluasan jangkauan pemasaran, juga meningkatkan daya saing UMKM apabila didukung oleh peningkatan kompetensi pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital (Sihura, 2025).

Sejumlah program pengabdian kepada masyarakat dalam pengembangan UMKM membuktikan bahwa peningkatan kapasitas pelaku UMKM dapat dilakukan melalui berbagai bentuk intervensi, seperti inovasi kemasan, penguatan pelabelan produk, pemasaran digital, hingga pendampingan pemanfaatan teknologi informasi. Inovasi kemasan dan pelabelan terbukti mampu meningkatkan nilai tambah serta daya tarik produk di mata konsumen, sedangkan pemanfaatan media digital dan *marketplace* berkontribusi terhadap perluasan jangkauan pemasaran dan peningkatan visibilitas produk. Namun demikian, sebagian besar program tersebut masih dilaksanakan secara parsial dengan menitikberatkan pada satu atau dua aspek pengembangan usaha sehingga belum sepenuhnya mampu menyelesaikan permasalahan UMKM yang bersifat multidimensional (Nurfauziah et al., 2024).

Meskipun berbagai kegiatan pengabdian mengenai pengembangan UMKM telah banyak dilakukan, sebagian besar masih berfokus pada satu aspek, seperti pelatihan pemasaran digital, peningkatan kualitas kemasan, atau penguatan manajemen usaha secara terpisah. Sementara itu, permasalahan yang dihadapi kelompok UP2K di Desa Purwosari II bersifat multidimensional, mencakup aspek kelembagaan, standar keamanan pangan, inovasi kemasan, manajemen usaha, pemasaran digital. Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini mengintegrasikan seluruh aspek tersebut dalam satu model pendampingan partisipatif sehingga diharapkan mampu memberikan peningkatan kapasitas kelembagaan yang lebih komprehensif dan berkelanjutan. Pendekatan yang terintegrasi ini menjadi nilai tambah program karena tidak hanya meningkatkan kompetensi individu peserta, tetapi juga memperkuat tata kelola organisasi kelompok sehingga hasil kegiatan diharapkan dapat dipertahankan dan dikembangkan secara berkelanjutan. Dengan demikian, masih terdapat kesenjangan karena belum banyak program pengabdian yang mengintegrasikan penguatan kelembagaan, inovasi kemasan berbasis standar IRTP, manajemen usaha, teknologi tepat guna, dan pemasaran digital dalam satu model pendampingan.

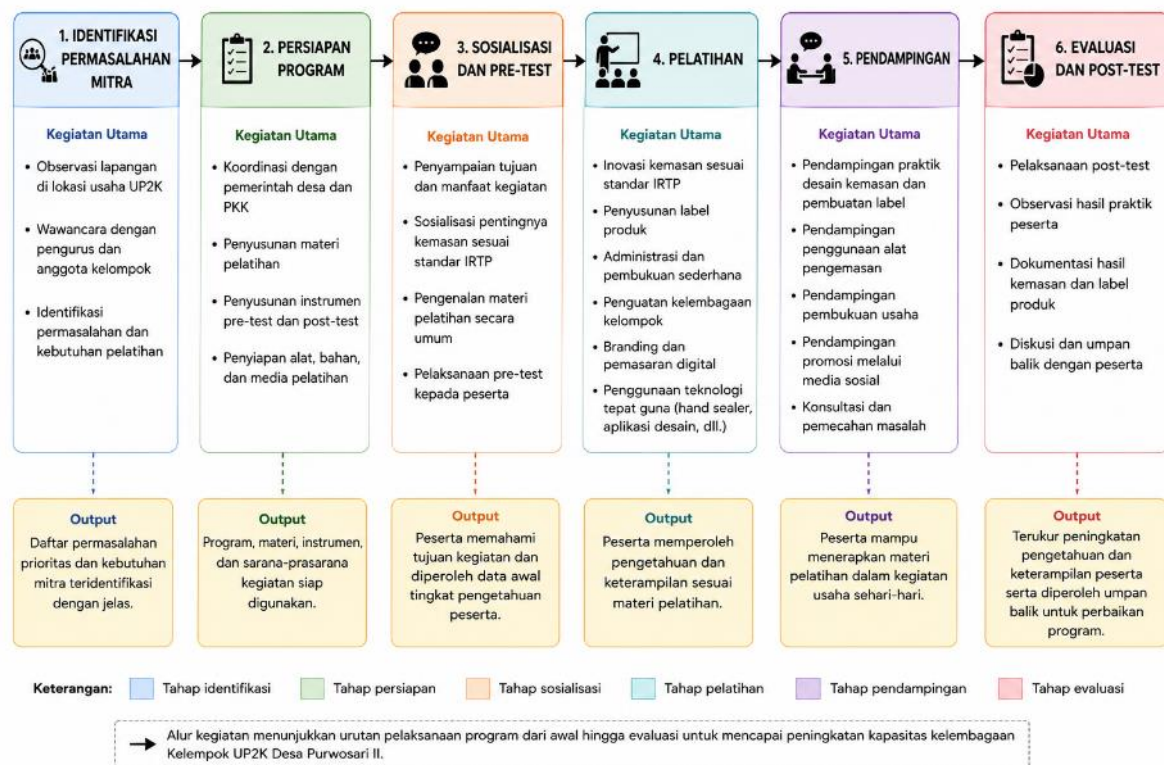
Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan, diketahui bahwa permasalahan utama yang dihadapi Kelompok UP2K Desa Purwosari II meliputi penggunaan kemasan produk yang belum memenuhi standar Industri Rumah Tangga Pangan (IRTP), lemahnya tata kelola kelembagaan dan manajemen usaha, serta terbatasnya pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Permasalahan tersebut menyebabkan produk memiliki daya saing yang rendah sehingga pemasaran masih terbatas pada lingkungan sekitar desa dan peluang peningkatan pendapatan belum dapat dimanfaatkan secara optimal. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini dirancang melalui model pendampingan terintegrasi yang meliputi inovasi kemasan berbasis standar IRTP, penguatan kelembagaan dan manajemen usaha, penerapan teknologi tepat guna, serta pemasaran digital untuk menjawab permasalahan yang dihadapi Kelompok UP2K Desa Purwosari II.

Rangkaian kegiatan disusun berdasarkan hasil identifikasi permasalahan mitra sehingga setiap tahapan program memiliki keterkaitan yang jelas dengan kebutuhan peserta. Sosialisasi dilaksanakan untuk membangun pemahaman awal mengenai pentingnya standar IRTP dan penguatan kelembagaan, pelatihan difokuskan pada peningkatan kompetensi teknis dan manajerial, penerapan teknologi tepat guna mendukung peningkatan kualitas produk, sedangkan pendampingan dan evaluasi bertujuan memastikan pengetahuan yang diperoleh dapat diterapkan secara berkelanjutan.

## 2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2K) Desa Purwosari II, Kecamatan Tamban, Kabupaten Barito Kuala pada Bulan Juni 2026 dengan sasaran sebanyak 20 anggota yang menjalankan usaha rumah tangga berbasis pangan. Pemilihan mitra didasarkan pada hasil observasi awal yang menunjukkan masih rendahnya kapasitas kelembagaan kelompok, penggunaan kemasan produk yang belum memenuhi standar Industri Rumah Tangga Pangan (IRTP), lemahnya pengelolaan usaha, serta terbatasnya pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Kondisi tersebut menjadi dasar penyusunan program menggunakan pendekatan partisipatif (*Participatory Approach*) yang melibatkan mitra dalam proses identifikasi kebutuhan, penyusunan solusi, pelaksanaan program, hingga evaluasi sehingga kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan kondisi dan kebutuhan kelompok sasaran.

Program disusun dalam enam komponen kegiatan yang saling berkaitan, yaitu sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, evaluasi, dan keberlanjutan program. Setiap komponen memiliki fungsi yang berbeda, namun saling melengkapi dalam meningkatkan kapasitas kelembagaan, kemampuan manajerial, kualitas produk, serta pemasaran digital anggota UP2K. Hubungan antar komponen tersebut disusun secara berurutan agar proses pemberdayaan berlangsung secara sistematis dan menghasilkan perubahan pengetahuan maupun keterampilan yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha. Alur pelaksanaan kegiatan disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Metode Kegiatan Pengabdian

Sosialisasi menjadi kegiatan awal yang berfungsi membangun pemahaman mengenai tujuan program sekaligus menyamakan persepsi antara pelaksana dan mitra terhadap arah pengembangan usaha. Materi yang diberikan mencakup penguatan kelembagaan kelompok, standar Industri Rumah Tangga Pangan (IRTP), inovasi kemasan, serta pemanfaatan pemasaran digital sebagai strategi pengembangan usaha. Selain penyampaian materi, diskusi partisipatif dimanfaatkan untuk mengidentifikasi kondisi usaha, kendala yang dihadapi, serta kebutuhan pengembangan yang akan menjadi dasar penyusunan materi pada kegiatan berikutnya. Melalui proses tersebut diperoleh gambaran mengenai kondisi riil anggota UP2K sehingga materi yang diberikan memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang dihadapi mitra.

Hasil identifikasi kebutuhan selama sosialisasi menjadi dasar dalam penyusunan materi pelatihan sehingga kompetensi yang dikembangkan sesuai dengan karakteristik usaha peserta. Pelatihan mengombinasikan penyampaian materi, demonstrasi, dan praktik langsung agar proses pembelajaran tidak hanya berorientasi pada penguasaan konsep, tetapi juga pada kemampuan mengaplikasikan materi dalam kegiatan usaha. Materi yang diberikan meliputi standar kemasan pangan sesuai ketentuan IRTP, penyusunan label produk, manajemen usaha dan pembukuan sederhana, penguatan tata kelola kelembagaan kelompok, serta strategi *branding* dan pemasaran digital. Pendekatan tersebut memungkinkan peserta memperoleh pengalaman belajar yang lebih aplikatif sekaligus mempersiapkan penerapan berbagai inovasi pada proses produksi dan pemasaran.

Kompetensi yang diperoleh melalui pelatihan kemudian diperkuat melalui penerapan teknologi tepat guna yang relevan dengan karakteristik usaha rumah tangga. Pemanfaatan teknologi meliputi penggunaan *hand sealer* untuk meningkatkan kualitas pengemasan, aplikasi Canva sebagai media penyusunan label produk, serta WhatsApp Business, Facebook, dan Instagram untuk mendukung promosi digital. Pemilihan teknologi mempertimbangkan kemudahan penggunaan, biaya operasional, serta peluang penerapannya secara berkelanjutan sehingga dapat diadopsi dalam aktivitas usaha sehari-hari. Integrasi teknologi tersebut diharapkan mampu meningkatkan efisiensi proses produksi sekaligus memperluas jangkauan pemasaran produk.

Penerapan teknologi selanjutnya diperkuat melalui pendampingan agar setiap inovasi yang diperkenalkan dapat diimplementasikan secara optimal sesuai dengan kondisi usaha masing-masing anggota UP2K. Pendampingan dilakukan dalam bentuk konsultasi dan asistensi teknis yang mencakup pemilihan kemasan, penyusunan label sesuai standar IRTP, penggunaan teknologi pengemasan, penyusunan pembukuan sederhana, serta optimalisasi media sosial sebagai sarana promosi. Pendekatan ini menempatkan mitra sebagai subjek yang aktif dalam proses pembelajaran sehingga solusi yang diberikan dapat disesuaikan dengan kebutuhan setiap pelaku usaha. Model pendampingan tersebut dinilai mampu memperkuat implementasi hasil pelatihan sekaligus mendukung keberlanjutan program pemberdayaan UMKM (Sartika et al., 2025).

Efektivitas seluruh rangkaian kegiatan kemudian diukur melalui proses evaluasi untuk mengetahui perubahan pengetahuan dan kemampuan peserta setelah mengikuti program. Pengumpulan data dilakukan menggunakan *pre-test*, *post-test*, observasi, dan dokumentasi terhadap 20 anggota UP2K. *Pre-test* dan *post-test* digunakan untuk mengukur peningkatan pemahaman mengenai legalitas dan standarisasi produk, manajemen keuangan usaha, manajemen organisasi kelompok, serta pemasaran digital dan *branding*. Sementara itu, observasi digunakan untuk menilai kemampuan peserta dalam mengimplementasikan materi pada kegiatan usaha, sedangkan dokumentasi berupa foto kegiatan, hasil desain kemasan, dan produk akhir dimanfaatkan sebagai data pendukung dalam mengevaluasi ketercapaian program.

Untuk mendukung proses evaluasi, instrumen pengukuran disusun berdasarkan capaian pembelajaran pada setiap materi pelatihan. Instrumen terdiri atas 10 soal pilihan ganda yang mencakup aspek legalitas dan standarisasi produk, manajemen keuangan usaha, manajemen organisasi kelompok, serta pemasaran digital dan *branding*. Sebelum digunakan, instrumen terlebih dahulu direviu untuk memastikan kesesuaian isi, kejelasan bahasa, dan keterkaitannya dengan tujuan program sehingga layak digunakan sebagai alat ukur peningkatan pengetahuan peserta. Kisi-kisi instrumen evaluasi disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1. Kisi-Kisi Kuesioner**

| Perihal                                             | Jumlah Soal |
|-----------------------------------------------------|-------------|
| Legalitas dan Standardisasi Produk (Aspek Produksi) | 4           |
| Manajemen Keuangan Usaha                            | 2           |
| Manajemen Organisasi Kelompok                       | 1           |
| Pemasaran <i>Digital</i> dan <i>Branding</i>        | 3           |

Informasi yang diperoleh dari hasil evaluasi menjadi dasar dalam merumuskan strategi keberlanjutan program agar inovasi yang telah diperkenalkan tetap dapat diterapkan setelah seluruh rangkaian kegiatan berakhir. Keberlanjutan diarahkan melalui penguatan kapasitas kelembagaan, pemanfaatan teknologi yang mudah diadopsi, serta peningkatan kemampuan anggota dalam mengelola

usaha secara mandiri. Sebagai acuan dalam menilai keberhasilan pelaksanaan program, disusun indikator yang mencakup aspek sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi.

**Tabel 2. Indikator Keberhasilan**

| <b>Tahapan</b> | <b>Indikator Keberhasilan</b>                                                                                                  |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sosialisasi    | Seluruh peserta mengikuti kegiatan dan memahami tujuan program.                                                                |
| Pelatihan      | Peserta mampu menjelaskan standar IRTP, membuat desain kemasan, label produk, dan pembukuan sederhana.                         |
| Pendampingan   | Peserta mampu menerapkan kemasan baru, menggunakan alat pengemasan, serta mengoptimalkan media sosial sebagai sarana promosi.  |
| Evaluasi       | Rata-rata nilai peserta meningkat dari 36,4% menjadi 100%, dan seluruh peserta mampu menghasilkan kemasan sesuai standar IRTP. |

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian dilaksanakan berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan mitra yang telah diuraikan pada bagian pendahuluan. Oleh karena itu, setiap tahapan kegiatan dirancang untuk memberikan solusi terhadap tiga permasalahan utama, yaitu rendahnya kualitas kemasan produk, lemahnya manajemen usaha, dan terbatasnya pemasaran digital.

**Tabel 3. Perbandingan Kondisi Mitra Sebelum dan Sesudah Kegiatan Pengabdian**

| <b>Aspek</b>         | <b>Sebelum Pengabdian</b>                                                                         | <b>Setelah Pengabdian</b>                                                                                |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kemasan Produk       | Belum memahami kemasan standing pouch dengan label IRTP                                           | Memahami kemasan <i>standing pouch</i> dengan label IRTP                                                 |
| Label Produk         | Belum memahami mencantumkan identitas produk, komposisi, berat bersih, maupun tanggal kedaluwarsa | Memahami label memuat identitas produk, komposisi, berat bersih, tanggal kedaluwarsa, dan nomor P-IRT    |
| Manajemen Usaha      | Belum memahami pembukuan sederhana dan keuangan usaha bercampur dengan keuangan rumah tangga      | Mampu menyusun pembukuan sederhana dan mulai memisahkan keuangan usaha dengan rumah tangga               |
| Kelembagaan Kelompok | Pembagian tugas belum jelas dan manajemen kelompok belum tertata                                  | Struktur organisasi dan pembagian tugas mulai diterapkan sehingga koordinasi kelompok menjadi lebih baik |
| Pemasaran            | Penjualan melalui sistem titip jual di warung sekitar desa                                        | Memahami pemanfaatan WhatsApp, Facebook, dan Instagram sebagai media promosi                             |
| Pengetahuan          | Rata-rata pemahaman sebesar 36,4%                                                                 | Meningkat menjadi 100% berdasarkan hasil <i>post-test</i>                                                |

Berdasarkan Tabel 3, terlihat bahwa kegiatan pengabdian memberikan perubahan pada aspek teknis maupun kelembagaan kelompok UP2K. Perubahan tersebut tidak hanya ditunjukkan oleh meningkatnya pemahaman peserta, tetapi juga melalui penerapan kemasan yang lebih sesuai dengan standar IRTP, penyusunan manajemen usaha yang lebih tertib, penguatan tata kelola kelompok, serta mulai dimanfaatkannya media digital sebagai sarana promosi produk. Hasil ini menunjukkan bahwa program pengabdian menghasilkan perubahan yang lebih komprehensif dibandingkan hanya peningkatan pengetahuan peserta.

Pelaksanaan program diawali dengan kegiatan sosialisasi untuk mengonfirmasi hasil identifikasi permasalahan sekaligus menyamakan persepsi mengenai tujuan program. Hasil setiap tahapan pelaksanaan diuraikan sebagai berikut.

Tahap awal kegiatan diawali dengan sosialisasi yang disertai diskusi partisipatif untuk mengonfirmasi hasil observasi awal sekaligus menyamakan persepsi mengenai tujuan program. Hasil



diskusi menunjukkan bahwa permasalahan utama yang telah diidentifikasi sebelumnya, yaitu kemasan produk yang belum memenuhi standar IRTP, lemahnya manajemen usaha, serta terbatasnya pemasaran digital, masih menjadi kendala utama yang dihadapi mitra. Temuan tersebut kemudian dijadikan dasar dalam penyusunan materi pelatihan, penerapan teknologi tepat guna, dan strategi pendampingan sehingga solusi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan nyata kelompok UP2K. Temuan tersebut seiring dengan pendapat (Muafani, 2021) yang mengatakan bahwa sosialisasi merupakan proses edukasi masyarakat yang bertujuan meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan kemampuan peserta dalam memahami permasalahan sehingga mampu menentukan solusi secara partisipatif. Melalui kegiatan sosialisasi, peserta tidak hanya memperoleh informasi, tetapi juga mengembangkan pemahaman yang menjadi landasan untuk mengikuti tahapan program berikutnya, serta menjadi fondasi dalam membangun kesiapan peserta mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pengabdian.



**Gambar 2. Sosialisasi Program dan Identifikasi Permasalahan Mitra**

Temuan hasil identifikasi menjadi dasar penyusunan materi pelatihan dan strategi pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra. Berdasarkan hasil tersebut, pelaksanaan pelatihan difokuskan pada peningkatan kualitas kemasan sesuai standar IRTP, penguatan manajemen usaha, serta pemanfaatan pemasaran digital sebagai upaya meningkatkan daya saing produk.

Kegiatan selanjutnya yaitu Pelatihan inovasi kemasan yang menghadirkan narasumber dari Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Barito Kuala yang memberikan materi mengenai standar IRTP, fungsi kemasan, pemilihan jenis kemasan, penyusunan label produk, serta teknik pengemasan yang mampu menjaga kualitas produk. Selain penyampaian materi, peserta juga melakukan praktik penyusunan desain kemasan sesuai karakteristik produk masing-masing.



**Gambar 3. Pelatihan Inovasi Kemasan Berbasis Standar IRTP**

Setelah mengikuti pelatihan, peningkatan kemampuan peserta dalam menyusun kemasan dan label sesuai standar IRTP menunjukkan bahwa proses pengabdian ini telah meningkatkan kapasitas teknis pelaku usaha dalam menghasilkan produk yang lebih berkualitas. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Hidayatullah & Purwanggono, 2025) yang menjelaskan bahwa penerapan standar IRTP dan penggunaan kemasan yang sesuai mampu meningkatkan keamanan pangan sekaligus meningkatkan daya saing produk UMKM. Sebagai luaran kegiatan, seluruh peserta (20 orang) berhasil menyusun rancangan kemasan dan label produk yang mengacu pada ketentuan dasar standar IRTP. Hasil praktik

menunjukkan bahwa setiap peserta mampu mengidentifikasi informasi wajib yang harus dicantumkan pada label, meliputi nama produk, komposisi, berat bersih, identitas produsen, dan tanggal kedaluwarsa. Luaran tersebut menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan pemahaman peserta, tetapi juga menghasilkan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan pada produk usaha masing-masing.



**Gambar 4. Contoh Kemasan Sebelum dan Sesudah adanya IRT**

Sebagai contoh Gambar 4. menunjukkan perubahan kemasan produk keripik "Veyla" sebelum dan sesudah mengikuti pendampingan berbasis standar Industri Rumah Tangga Pangan (IRTP). Sebelum pendampingan, produk dikemas menggunakan plastik tipis transparan yang ditutup dengan lilin tanpa label maupun informasi produk sehingga tampil sederhana dan belum memenuhi prinsip pelabelan pangan. Setelah pendampingan, produk menggunakan kemasan *standing pouch* berlabel yang memuat identitas produk, komposisi, berat bersih, tanggal kedaluwarsa, nomor IRT, dan identitas produsen. Perubahan tersebut tidak hanya meningkatkan tampilan produk menjadi lebih menarik dan profesional, tetapi juga memberikan informasi yang lebih lengkap kepada konsumen, sehingga berpotensi meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat daya saing produk, serta mendukung kesiapan produk dalam memenuhi aspek legalitas pangan. Selain itu, dari gambar tersebut juga dapat terlihat dengan adanya media sosial berupa *Whatsapp Bussiness* yang tertera dikemasan sebagai media pemesanan secara *online*.

Penerapan inovasi kemasan berbasis standar IRT memiliki implikasi ekonomi yang penting bagi kelompok UP2K. Kemasan yang lebih menarik dan memenuhi standar keamanan pangan mampu meningkatkan persepsi kualitas produk di mata konsumen. Kondisi tersebut berpotensi meningkatkan kepercayaan konsumen dalam melakukan pembelian sehingga produk memiliki peluang yang lebih besar untuk bersaing dengan produk sejenis di pasar. Selain itu, kemasan yang lebih profesional memungkinkan produk dipasarkan pada saluran distribusi yang lebih luas, seperti toko oleh-oleh, minimarket lokal, maupun pameran produk UMKM yang mensyaratkan standar kemasan tertentu. Dengan demikian, inovasi kemasan tidak hanya meningkatkan kualitas fisik produk, tetapi juga menciptakan nilai tambah ekonomi yang berpotensi meningkatkan daya saing dan nilai jual produk kelompok UP2K. Temuan ini sejalan dengan hasil pengabdian yang dilakukan oleh (Suryandani, 2021) yang menunjukkan bahwa pelatihan inovasi kemasan mampu meningkatkan kualitas tampilan produk serta memberikan nilai tambah terhadap daya saing UMKM.



**Gambar 5. Pelatihan Alat Teknologi Tepat Guna**

Selain peningkatan pemahaman, peserta juga memperoleh pengalaman praktik dalam memanfaatkan teknologi tepat guna untuk mendukung proses pengemasan produk. Tim pengabdian



memperkenalkan penggunaan *hand sealer* sebagai alat penyegel kemasan plastik agar lebih rapat dan *higienis*, *vacuum sealer* untuk mengurangi kandungan udara di dalam kemasan sehingga masa simpan produk menjadi lebih panjang, serta penggunaan *standing pouch* sebagai alternatif kemasan yang lebih menarik, praktis, dan memiliki nilai jual lebih tinggi. Penerapan teknologi tersebut memberikan nilai tambah pada produk karena menghasilkan kemasan yang lebih rapi, aman, dan sesuai dengan preferensi konsumen. Melalui praktik secara langsung, peserta mampu mengoperasikan peralatan tersebut secara mandiri dan memahami bahwa pemanfaatan teknologi sederhana dapat meningkatkan kualitas produk, efisiensi proses pengemasan, serta memperkuat nilai kompetitif produk UP2K di pasar yang lebih besar. Temuan tersebut sejalan dengan (Nisa 2023) yang menyatakan bahwa teknologi tepat guna merupakan teknologi yang dirancang sesuai dengan kebutuhan, kemampuan, dan kondisi masyarakat sehingga mudah diterapkan, meningkatkan produktivitas, serta memberikan manfaat ekonomi secara berkelanjutan.

Selain inovasi kemasan, peserta memperoleh pelatihan mengenai manajemen usaha, pencatatan keuangan sederhana, *branding* produk, dan strategi promosi berbasis media sosial seperti *WhatsApp*, *Facebook*, dan *Instagram*. Pelaksanaan pelatihan dirancang dengan memadukan penyampaian materi, sesi diskusi, serta praktik secara nyata sehingga peserta mampu menerapkan materi yang diperoleh pada usaha masing-masing.



**Gambar 6. Pelatihan Manajemen Usaha dan Pemasaran Digital**

Pelaksanaan pelatihan menunjukkan bahwa pelatihan manajemen telah menjawab permasalahan awal berupa belum tertibnya pengelolaan manajemen usaha dan pencampuran keuangan usaha dengan rumah tangga. Kemampuan peserta dalam menyusun pembukuan sederhana dan memisahkan keuangan usaha dengan rumah tangga menunjukkan adanya peningkatan kapasitas manajerial pelaku usaha. Luaran lain yang dihasilkan adalah tersusunnya *format* pembukuan sederhana dan struktur organisasi kelompok yang dapat digunakan sebagai pedoman pengelolaan manajemen usaha. Seluruh peserta berhasil menyusun contoh pencatatan keuangan sederhana yang memisahkan transaksi usaha dan rumah tangga sebagai bentuk penerapan materi pelatihan. Temuan ini sejalan dengan pendapat (Fatimah & Mulyandani, 2023) yang menyatakan bahwa manajemen usaha merupakan salah satu indikator profesionalisme pelaku usaha mikro karena mendukung pengendalian keuangan, proses pengambilan keputusan, dan keberlanjutan usaha.

Penguatan manajemen usaha juga memberikan manfaat ekonomi secara tidak langsung. Pencatatan keuangan yang lebih tertib memungkinkan pelaku usaha memisahkan keuangan usaha dan rumah tangga sehingga arus kas usaha dapat dipantau dengan lebih baik. Kondisi tersebut membantu pelaku usaha dalam menghitung biaya produksi, menentukan harga jual yang lebih rasional, serta mengevaluasi keuntungan usaha secara berkala. Dalam jangka panjang, manajemen yang baik juga meningkatkan kesiapan kelompok untuk mengakses program pembinaan maupun bantuan permodalan dari pemerintah atau lembaga keuangan karena telah memiliki dokumentasi usaha yang lebih akuntabel.

Selain itu, peningkatan pemahaman peserta mengenai *branding* dan pemasaran digital menunjukkan bahwa program berhasil memberikan solusi terhadap keterbatasan akses pemasaran yang sebelumnya hanya mengandalkan sistem titip jual di warung sekitar desa. Kompetensi tersebut diharapkan mampu memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan peluang pemasaran produk. Pada sesi praktik pemasaran digital, seluruh peserta berhasil mengidentifikasi *platform* media sosial yang akan digunakan sebagai media promosi produk serta menyusun contoh konten promosi sederhana sesuai

karakteristik produk masing-masing. Luaran tersebut menjadi dasar bagi peserta untuk mulai memanfaatkan media digital dalam memperluas jangkauan pemasaran.

Pemanfaatan pemasaran digital memberikan peluang ekonomi yang lebih luas dibandingkan pola pemasaran konvensional yang sebelumnya hanya mengandalkan sistem titip jual di warung sekitar desa. Melalui media sosial, informasi mengenai produk dapat menjangkau konsumen di luar wilayah setempat dengan biaya promosi yang relatif rendah. Perluasan jangkauan pasar tersebut membuka peluang peningkatan jumlah pelanggan, memperbesar potensi transaksi penjualan, serta mengurangi ketergantungan pada pasar lokal. Meskipun dampak terhadap peningkatan omzet belum diukur dalam kegiatan ini, kemampuan peserta dalam memanfaatkan media digital menjadi modal awal bagi pengembangan usaha yang lebih kompetitif dan berkelanjutan.

Pendampingan yang dilakukan tidak hanya meningkatkan kemampuan individu peserta, tetapi juga memberikan dampak terhadap penguatan kelembagaan Kelompok UP2K Desa Purwosari II. Setelah kegiatan berlangsung, anggota kelompok mulai memahami pembagian tugas sesuai fungsi masing-masing, seperti ketua, sekretaris, bendahara, serta anggota yang bertanggung jawab pada bidang produksi dan pemasaran. Selain itu, peserta mulai menerapkan manajemen kelompok secara lebih tertib melalui pencatatan kegiatan usaha dan pembukuan sederhana sebagai dasar pengelolaan usaha yang lebih akuntabel. Luaran tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian tidak hanya meningkatkan kapasitas individu peserta, tetapi juga memperkuat kapasitas organisasi kelompok dalam mengelola usaha secara lebih terstruktur, terkoordinasi, dan berkelanjutan dengan mengaktifkan kembali struktur organisasi agar bisa Kembali berjalan dengan baik.

#### Hasil Evaluasi kegiatan

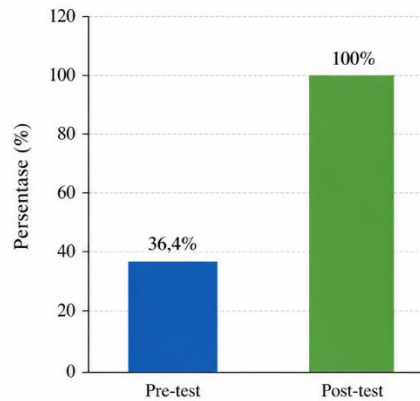
Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelaksanaan pelatihan memberikan dampak baik terhadap peningkatan kapasitas peserta dalam mengelola manajemen usaha. Berdasarkan hasil observasi, diskusi, serta perbandingan nilai *pre-test* dan *post-test*, peserta mengalami peningkatan pemahaman mengenai pentingnya pencatatan keuangan, pemisahan keuangan usaha dan rumah tangga, serta penyusunan struktur organisasi kelompok sebagai bagian dari penguatan tata kelola kelembagaan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa materi dan pendampingan yang diberikan telah berjalan efektif dalam meningkatkan kompetensi peserta serta mendorong penerapan pengelolaan usaha yang lebih tertib, akuntabel, dan berkelanjutan.

Temuan dalam kegiatan ini mendukung argumentasi (Handayani et al., 2022) yang mengatakan bahwa pelatihan yang berorientasi pada praktik mampu memperkuat kapasitas pelaku UMKM dalam mengelola usaha, sekaligus meningkatkan kemampuan mereka memanfaatkan media digital sebagai bagian dari strategi promosi dan pemasaran produk. Sehingga, pelatihan tidak saja menaikan kompetensi individu, tetapi pula memperkuat kapasitas usaha untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar.

Temuan ini juga sejalan dengan konsep *capacity building* yang dikemukakan oleh (Morgan, 2006) yang menyatakan bahwa peningkatan kapasitas merupakan proses pengembangan kemampuan individu dan organisasi agar mampu menjalankan fungsi, memecahkan permasalahan, dan mencapai tujuan secara berkelanjutan. Dengan demikian, kenaikan hasil *pre-test* dan *post-test* tidak hanya memperlihatkan kesuksesan *transfer* pengetahuan, tetapi juga menggambarkan meningkatnya kesiapan anggota UP2K dalam menerapkan inovasi untuk meningkatkan daya saing produk dan keberlanjutan usaha kelompok.

**Tabel 4. Evaluasi Hasil Kegiatan**

| Materi                 | <i>Pre-test</i> (orang) | <i>Post-test</i> (orang) |
|------------------------|-------------------------|--------------------------|
| Memahami prosedur IRTP | 4                       | 20                       |
| Standar kemasan        | 8                       | 20                       |
| Label produk           | 14                      | 20                       |
| Penyimpanan bahan baku | 10                      | 20                       |
| Pembukuan usaha        | 10                      | 20                       |
| Struktur organisasi    | 5                       | 20                       |
| Branding produk        | 0                       | 20                       |



**Gambar 7. Perbandingan Hasil *Pre-test* dan *Post-test***

Berdasarkan Tabel 4 dan Gambar 7, hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan yang sangat signifikan setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian. Sebelum mengikuti pelatihan (*pre-test*), tingkat pemahaman peserta masih relatif rendah, terutama pada materi branding produk, prosedur IRTP, dan struktur organisasi, sedangkan setelah pelatihan (*post-test*) seluruh peserta (20 orang) mampu memahami seluruh materi yang diberikan, meliputi prosedur IRTP, standar kemasan, label produk, penyimpanan bahan baku, pembukuan usaha, struktur organisasi, hingga *branding* produk. Secara keseluruhan, rata-rata tingkat pemahaman peserta meningkat dari 36,4% pada saat *pre-test* menjadi 100% pada *post-test*, yang menunjukkan bahwa metode sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan yang diterapkan efektif dalam meningkatkan kapasitas peserta pada aspek inovasi kemasan berbasis standar IRTP, manajemen usaha, penguatan kelembagaan, dan pemasaran digital. Dengan demikian, program tidak hanya meningkatkan pengetahuan peserta, tetapi juga memberikan kontribusi nyata dalam menjawab permasalahan utama mitra, yaitu rendahnya kualitas kemasan, lemahnya tata kelola usaha, dan terbatasnya pemasaran produk. Luaran tersebut menunjukkan bahwa program tidak hanya meningkatkan aspek pengetahuan, tetapi juga menghasilkan keterampilan praktis yang dapat diterapkan secara langsung dalam pengembangan usaha kelompok UP2K.

#### **Analisa Dampak Penguatan Kapasitas UP2K melalui Inovasi Kemasan Berstandar IRTP di Desa Purwosari II**

Kegiatan pengabdian memberikan dampak positif terhadap penyelesaian permasalahan utama yang dihadapi mitra. Peningkatan kemampuan peserta dalam menerapkan standar IRTP dan inovasi kemasan berkontribusi pada peningkatan kualitas produk, sedangkan kemampuan manajemen usaha dan pemasaran digital memperkuat tata kelola kelompok serta memperluas akses pemasaran. Dengan demikian, program tidak hanya meningkatkan pengetahuan peserta, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan kapasitas kelembagaan dan peningkatan daya saing usaha Kelompok UP2K secara berkelanjutan. Di sisi lain, terbentuknya tata kelola kelompok yang lebih tertib melalui pembagian tugas dan manajemen yang lebih baik mencerminkan proses *capacity building* sebagaimana dikemukakan oleh (Morgan 2006) yaitu pengembangan kapasitas individu dan organisasi agar mampu menjalankan fungsi secara efektif, adaptif, dan berkelanjutan.

Keberhasilan pelaksanaan program didukung oleh beberapa faktor yang saling melengkapi. Tingginya partisipasi dan antusiasme anggota kelompok UP2K selama mengikuti seluruh rangkaian kegiatan menciptakan suasana pembelajaran yang interaktif sehingga proses transfer pengetahuan berlangsung secara efektif. Dukungan Pemerintah Desa Purwosari II, pengurus kelompok UP2K, serta narasumber dari Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Barito Kuala juga menjadi faktor penting dalam memperlancar pelaksanaan program melalui penyediaan informasi teknis, koordinasi peserta, serta fasilitasi kegiatan. Selain itu, pendekatan pendampingan yang memadukan penyampaian materi, praktik langsung, diskusi, dan evaluasi memberikan kesempatan kepada peserta untuk memahami sekaligus mempraktikkan materi sesuai dengan kebutuhan usahanya.

Di sisi lain, pelaksanaan program juga menghadapi beberapa kendala yang perlu menjadi perhatian dalam pelaksanaan kegiatan serupa di masa mendatang. Tingkat pengetahuan dan pengalaman peserta yang beragam menyebabkan proses pendampingan membutuhkan pendekatan yang berbeda

pada setiap anggota kelompok. Beberapa peserta masih memerlukan bimbingan secara individual, terutama dalam penerapan pemasaran digital dan penyusunan manajemen usaha. Selain itu, keterbatasan waktu pelaksanaan menyebabkan proses pendampingan belum dapat dilakukan secara intensif hingga seluruh perubahan perilaku usaha dapat dipantau secara berkelanjutan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas masyarakat merupakan proses yang memerlukan pendampingan jangka menengah hingga jangka panjang agar hasil pelatihan dapat diimplementasikan secara konsisten.

Berdasarkan pengalaman pelaksanaan program, keberhasilan penguatan kapasitas kelembagaan tidak hanya ditentukan oleh kualitas materi pelatihan, tetapi juga oleh keberlanjutan proses pendampingan setelah kegiatan selesai. Oleh karena itu, program serupa pada masa mendatang perlu dilengkapi dengan mekanisme monitoring berkala untuk mengevaluasi implementasi inovasi kemasan, manajemen usaha, dan pemasaran digital pada masing-masing anggota kelompok. Pendampingan lanjutan juga penting untuk memastikan bahwa keterampilan yang telah diperoleh benar-benar diterapkan dalam pengembangan usaha sehingga manfaat program dapat dirasakan secara berkelanjutan.

Keberlanjutan program memerlukan komitmen dan pembagian peran yang jelas antar pemangku kepentingan. Perguruan tinggi berperan sebagai pendamping akademik melalui kegiatan monitoring, pendampingan lanjutan, serta pengembangan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan kelompok UP2K. Pemerintah Desa berperan memfasilitasi koordinasi, mendukung penyediaan sarana pendukung, serta mengintegrasikan pengembangan UP2K ke dalam program pemberdayaan masyarakat desa. Sementara itu, kelompok UP2K diharapkan berperan aktif dalam menerapkan hasil pelatihan, menjaga keberlanjutan manajemen usaha, memperbarui desain kemasan sesuai kebutuhan pasar, serta mengoptimalkan pemasaran digital secara mandiri. Sinergi ketiga pihak tersebut menjadi faktor penting agar hasil program tidak berhenti pada tahap pelatihan, tetapi berkembang menjadi praktik usaha yang berkelanjutan.

Permasalahan mengenai kemasan produk, manajemen usaha, dan pemasaran digital tidak hanya ditemukan pada kelompok UP2K Desa Purwosari II, tetapi juga menjadi tantangan umum yang dihadapi banyak UMKM di Indonesia. Berdasarkan pengalaman pelaksanaan program, model pendampingan yang mengintegrasikan identifikasi kebutuhan, pelatihan berbasis praktik, pendampingan, dan evaluasi memiliki potensi untuk direplikasi pada kelompok UP2K maupun UMKM di wilayah lain dengan karakteristik yang serupa. Namun demikian, implementasinya perlu disesuaikan dengan karakteristik produk unggulan, kapasitas kelembagaan, tingkat kesiapan peserta, serta dukungan pemangku kepentingan di masing-masing daerah. Dengan pendekatan yang adaptif tersebut, model pendampingan ini berpotensi menjadi salah satu alternatif strategi pemberdayaan UMKM yang efektif dan berkelanjutan.

#### **4. KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian berhasil mencapai tujuan utama, yaitu memperkuat kapasitas kelembagaan Kelompok UP2K Desa Purwosari II melalui inovasi kemasan berbasis standar IRTP, penguatan manajemen usaha, penerapan teknologi tepat guna, dan pemasaran digital. Keberhasilan program ditunjukkan oleh meningkatnya tingkat pemahaman peserta dari 36,4% pada *pre-test* menjadi 100% pada *post-test*. Selain itu, mitra telah mampu menerapkan kemasan dan pelabelan produk sesuai standar IRTP, menyusun pembukuan usaha sederhana, memanfaatkan teknologi tepat guna dalam proses pengemasan, serta menggunakan media digital sebagai sarana promosi sehingga pengelolaan usaha menjadi lebih tertib dan profesional. Perubahan tersebut berkontribusi terhadap penguatan kapasitas kelembagaan kelompok, meningkatkan daya saing produk, serta menjadi modal bagi keberlanjutan usaha melalui penerapan praktik pengelolaan yang lebih baik. Untuk mendukung keberlanjutan program, diperlukan pendampingan dan monitoring secara berkala, penguatan sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan instansi terkait, serta fasilitasi pengurusan legalitas produk dan pengembangan pemasaran. Model pendampingan ini juga berpotensi direplikasi pada kelompok UP2K maupun UMKM lain yang memiliki karakteristik serupa.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim pengabdian menyampaikan terima kasih kepada Universitas Lambung Mangkurat atas dukungan pendanaan melalui Program Dosen Wajib Mengabdikan (PDWA) yang didanai dari Dana Pendapatan Negara Bukan Pajak (PNBP) Universitas Lambung Mangkurat melalui Lembaga Penelitian

dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Lambung Mangkurat. Dukungan pendanaan tersebut telah memungkinkan terlaksananya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azwari, Trisyvana, Muhammad Riduansyah Syafari, Muhammad Nur, and Iman Ridwan. 2023. "Kemitraan Penguatan Strategi Pemasaran Kelompok Pengolahan Hasil Perikanan Kota Banjarmasin." *Jurnal Pengabdian ILUNG (Inovasi Lahan Basah Unggul)* 2(3): 410–418. doi:<https://doi.org/10.20527/ilung.v2i3.6378>.
- Fatimah, Siti, and Vina Citra Mulyandani. 2023. "Penyusunan Laporan Keuangan Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Dan Menengah Pada Berkah Store Preparation of Financial Reports Based on Financial Accounting Standards for Micro Small and Medium Entities at Berkah Store." *Indonesian Accounting Research Journal* 3(3): 252–260. doi:<https://doi.org/10.35313/iarj.v3i3.5261>.
- Haerani, Siti, Haeriah Hakim, Darmawati, Fatmawati, Fatchur Rohman, M.A.A Mangilep, Aliyah Ilyas, and Marisa Salsabila. 2024. "Pengembangan Kapasitas Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing Bagi Pelaku Umkm." *Jurnal Dinamika Pengabdian* 9(2): 369–381. doi:<https://doi.org/10.20956/jdp.v9i2.3513>.
- Handayani, Isti, Pepita Haryanti, Aisyah Tri Septiana, Susanto Budi Sulistyo, Yunar Chaerdinan Etnanta, and Ade Setiyawan. 2022. "Pelatihan Dalam Upaya Peningkatan Pengetahuan Dan Keterampilan Digital Marketing Bagi Umkm Di Purbalingga." *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 6(1): 152–164. doi:<https://doi.org/10.31764/jmm.v6i1.6141>.
- Hidayatullah, Muhammad Syarif, and Bambang Purwanggono. 2022. "Analisis Pemenuhan Standar Cara Produksi Pangan Yang Baik Industri Rumah Tangga ( Cppb-Irt ) Pada Umkm Tahu Bakso Mbak Tun Salatiga." *Jurnal Industrial Engineering Online Journal (IEOJ)*: 1–12.
- KEMENPP-PA. 2022. *Peraturan Menteri Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak Republik Indonesia No 7*.
- Kruahong, Suratsawadee, Thitipong Tankumpuan, Kathleen Kelly, Patricia M Davidson, and Premgamon Kuntajak. 2023. "Community Empowerment : A Concept Analysis." *Leading Global Nursing Research* (January): 2845–2859. doi:<https://doi.org/10.1111/jan.15613>.
- Morgan, Peter. 2006. *The Concept of Capacity*. Maastricht: European Centre for Development Policy Management (ECDPM).
- Muafani. 2021. "Pemanfaatan Teknologi Informasi Di Tengah Pandemi." *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ* 8(2): 134–139. doi:<https://doi.org/10.32699/ppkm.v8i2.1587>.
- Nisa, Hayatun. 2023. "Evaluasi Program Penyediaan Air Minum Dan Sanitasi Berbasis Masyarakat (PAMSIMAS) Di Desa Purwosari II Kecamatan Tamban." Universitas Lambung Mangkurat.
- Nurfauziah, Farah Latifah, Yupi Yuliawati, Ai Rohayani Sriwanti, and Fuji Lestari. 2024. "Meningkatkan Visibilitas Produk Umkm Jayagiri Madani Melalui Inovasi Kemasan Dan Web Digital Marketing : Kecilkreatif.Com." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*: 379–385. doi:<https://doi.org/10.30999/jpkm.v14i2.3390>.
- Putri, Andika, Faqih Samlawi, and Rika Mardiani. 2023. "Penerapan Penyusunan Laporan Keuangan Pada UMKM Berbasis Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Dan Menengah." *Jurnal of Finance, Entrepreneurship, and Accounting Education Research* 2(2): 167–179.
- Sartika, Dwi, Muhammad Firdaus, and R Aldini Kharyani. 2025. "Peningkatan Kemasan Dan Pemasaran Online." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Devosi* 06(02): 177–188. doi:[10.33558/devosi.v6i2.11136](https://doi.org/10.33558/devosi.v6i2.11136).
- Sihura, Hendrik. 2025. "Peran Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Umkm Di Era Digital." *Jurnal Education and development* 13(1): 703–706. doi:<https://doi.org/10.37081/ed.v13i1.6897>.
- Suryandani, Wulan. 2021. "Pelatihan Literasi Keuangan Dalam Upaya Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat Desa Pedak Di Kabupaten Rembang." *Journal of Servite* 3(1): 44–49. doi:<https://doi.org/10.37535/102003120214>.