



STRATEGI DIGITALISASI DENGAN PENERAPAN *SMART PACKAGING* DALAM MENINGKATKAN INOVASI DAN DAYA SAING PELAKU UMKM UMBULMARTANI

**Indah Widowati¹, Wulandari Dwi Etika Rini², Heni Handri Utami³, Karyono⁴,
Susi Puryani⁵, Vinka Anandani Qurayma⁶, Mukhlisul Af'al⁷**

^{1,2,3,4,5,6,7} Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta;

E-mail address : indah.widowati@upnyk.ac.id

Abstrak

Di era digitalisasi yang terus berkembang, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dihadapkan pada tantangan zaman sekaligus peluang untuk meningkatkan daya saing. Inovasi *smart packaging* menjadi salah satu solusi yang efektif menjawab era digitalisasi, melalui rangkaian pelatihan yang partisipatif. Program ini bertujuan untuk menganalisis potensi dan pelatihan yang menunjang peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam menerapkan *smart packaging*. Program ini dilakukan di Forkom UMKM Umbulmartani, Ngemplak, Sleman dengan diikuti pelaku UMKM Umbulmartani sebanyak 15 UMKM Unggulan, Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program meliputi metode PRA (*Partisipatori Rural Appraisal*), Metode ceramah, *Focus Group Discussion* (FGD) disertai praktik langsung. Program diawali dengan Identifikasi dan Analisis Komoditi Unggulan dan Sumberdaya Lokal, Kemudian dilakukan pemetaan terkait pengembangan dan inovasi produk UMKM di Umbulmartani, dilanjutkan sosialisasi terkait peningkatan digital marketing melalui inovasi *smart packaging*. Pelatihan *smart packaging* dilakukan dengan berbagai rangkaian pelatihan yang meliputi pelatihan *microsite*, pelatihan *qr code*, pelatihan desain kemasan. Setiap rangkaian program selalu mengedepankan partisipasi dan diskusi aktif dengan pelaku UMKM. Akhir dari pelaksanaan program dilakukan evaluasi dan pengukuran keberhasilan program dan langkah strategis keberlanjutan program. Program ini mampu memberikan kemajuan inovasi kemasan UMKM Umbulmartani yang mengedepankan *smart packaging* dengan disertai *Microsite* yang informatif.

Kata Kunci : Digitalisasi, *Smart Packaging*, Inovasi, UMKM

Abstract

In the era of growing digitalization, Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) are faced with the challenges of the times as well as opportunities to improve competitiveness. Smart packaging innovation is one of the effective

breakthroughs to answer the digitalization era, through a series of participatory training. This program aims to analyze the potential and training that supports the improvement of the ability of UMKM actors in implementing smart packaging. This program was carried out at Forkom UMKM Umbulmartani, Ngemplak, Sleman with the participation of 15 Umbulmartani UMKM. The methods used in the implementation of the program include the PRA (Participatory Rural Appraisal) method, lecture method, Focus Group Discussion (FGD) accompanied by hands-on practice. The program begins with the Identification and Analysis of Leading Commodities and Local Resources, then mapping related to the development and innovation of UMKM products in Umbulmartani, followed by socialization related to increasing digital marketing through smart packaging innovation. Smart packaging training is carried out with various series of training which includes microsite training, qrcode training, packaging design training. Each series of programs always prioritizes active participation and discussion with UMKM actors. At the end of the program implementation, evaluation and measurement of program success and strategic steps for program sustainability were carried out. This program is able to provide progress in packaging innovation for Umbulmartani UMKM that prioritize smart packaging accompanied by an informative Microsite.

Keywords: Digitalization, Smart Packaging, Innovation, UMKM

PENDAHULUAN

UMKM merupakan salah satu poros penting dalam menunjang perekonomian di Indonesia. UMKM berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 1 merupakan suatu kegiatan yang menghasilkan atau produktif dan dilakukan oleh perorangan maupun badan usaha dalam lingkup usaha skala mikro. Menurut Tambunan (2012), UMKM memiliki kemampuan untuk berkembang mandiri sehingga mampu memberikan kontribusi pada perekonomian Indonesia dan dapat membantu meningkatkan sektor industri dimasa yang akan datang. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia menjelaskan bahwa kontribusi UMKM sebesar 60,5% pada produk domestik bruto (PDB) dan sebesar 96,9% dalam penyerapan tenaga kerja di Indonesia.

Pemerintah Negara Indonesia paham betul bahwa UMKM menjadi bagian penting dalam perekonomian, namun tidak dapat dipungkiri juga UMKM di Indonesia masih terbilang tertinggal dibandingkan dengan UMKM pada negara maju lainnya. UMKM di Indonesia masih tertinggal perkembangannya. Berbagai bidang yang harus segera dibenahi dan dikembangkan dalam UMKM antara lain adalah inovasi, teknologi, *literasi* digital, *branding* dan pemasaran. Beberapa bidang tersebut dinilai sangat penting karena pada era saat ini perekonomian dunia sudah memasuki era Ekonomi Kreatif 5.0 yang menuntut digitalisasi pada operasional



perekonomian. Perkembangan digital yang diterapkan pada UMKM dapat membantu meningkatkan produktivitas dan membantu memudahkan para pelaku UMKM dalam komunikasi dan layanan kepada konsumen.

Salah satu UMKM yang ada di Indonesia yaitu UMKM yang tergabung dalam Forkom. Menurut Morissan (2013) forum komunikasi adalah sebagai wadah, tempat, media untuk pertukaran informasi antar anggota forum atau saling berkomunikasi antar anggota forum. Forkom Kelurahan Umbulmartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman yang terdiri dari 15 UMKM unggulan dengan berbagai keunggulan-keunggulan di dalamnya. Para pelaku UMKM yang tergabung dalam Forkom Kelurahan Umbulmartani memiliki inovasi produk dan potensi yang bagus. Akan tetapi terdapat kendala yang dialami oleh UMKM di Kalurahan Umbulmartani yaitu berkaitan dengan pemasaran serta penguasaan teknologi digital. Pemasaran UMKM dan hasil produksi di Kalurahan Umbulmartani yang masih kurang menjadikan perkembangan UMKM itu sendiri terhambat yang menjadikan pendapatan menjadi kurang maksimal. Kurangnya pemahaman masyarakat dan para pelaku UMKM mengenai teknologi menjadikan pemasaran dan penjualan hasil produksi UMKM menjadi kurang maksimal. Hal ini juga dipengaruhi oleh perubahan yang sangat cepat dari penjualan dan pemasaran secara konvensional menjadi penjualan dan pemasaran secara digital ketika pandemi terjadi. Oleh karena itu, pentingnya peningkatan pengetahuan tentang perkembangan teknologi informasi seperti digital marketing, smart packaging dan pemanfaatan media sosial berupa microsite yang dapat membantu untuk pemasaran dan peningkatan penjualan hasil produksi UMKM di Kalurahan Umbulmartani.

METODE

Program Strategi Digitalisasi dengan penerapan Smart Packaging dilakukan di Forkom UMKM Umbulmartani dengan menyasar pelaku UMKM Produk Unggulan, Umbulmartani memiliki 15 UMKM Unggulan dengan berbagai jenis produk yang memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri. Pengabdian dilakukan pada tanggal 24 Juni 2024 sampai 10 Juli 2024. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program meliputi metode RRA (Rapid Rural Appraisal) dan PRA (*Partisipatori Rural Appraisal*), Metode ceramah, *Focus Group Discussion* (FGD) disertai praktik langsung.

Program Kemitraan Masyarakat ini menggunakan metode RRA (Rapid Rural Appraisal) dan PRA (*Partisipatori Rural Appraisal*). Metode PRA (*Participatory Rural Appraisal*) adalah teknik penyusunan dan pengembangan program operasional yang diperuntukkan membangun perdesaan (Muhsin, 2018). Metode RRA dan PRA adalah falsafah, pendekatan metode yang dikenal sebagai memahami wilayah secara cepat. Adapun prinsip-prinsip RRA dan PRA yang dipakai dalam kegiatan ini adalah:

- a. Suatu Pembalikan Pemahaman, belajar dari UMKM masyarakat Kapanewon Ngemplak berhadapan dengan masyarakat secara langsung guna mendapatkan pengetahuan fisik, teknis dan sosial secara lokal.
- b. Pemberian fasilitas, artinya memberikan fasilitas penyelidikan, analisis, penyajian dan pemahaman oleh masyarakat di UMKM Kapanewon Ngemplak sehingga masyarakat dapat menyajikan dan memiliki hasilnya, dan juga mempelajarinya. Ibarat "mengalihkan Tongkat".
- c. Kesadaran dan tanggung jawab diri yang kritis, artinya fasilitator secara terus menerus menguji tingkah laku masyarakat dan mencoba melakukannya secara lebih baik. Saling berbagi informasi dan gagasan antar UMKM di Kapanewon Ngemplak dengan fasilitator dan antar fasilitator yang berbeda, serta saling berbagi wilayah kegiatan, pelatihan dan pengalaman antar organisasi yang berbeda.

Metode ceramah yang dimaksudkan dalam program ini ialah penyampaian materi terkait rangkaian pelatihan smart packaging. Setelah menyampaikan materi akan dibuka sesi tanya jawab dan Focus Group Discussion (FGD) dengan tujuan pelaku UMKM mampu mengimplementasikan langsung pada produk mereka dan akan membantu meningkatkan daya saing. Setelah berputar pada teori dan materi, dilanjutkan dengan kegiatan praktik langsung mulai dari pembuatan microsite, qr code dan desain kemasan. Pelaku UMKM hanya mendampingi dan memantau sejauh mana materi dapat diserap oleh peserta.

Memberdayakan Forkom UMKM dengan melihat potensi yang ada di wilayah Program Kemitraan Masyarakat dengan pendekatan pemanfaatan potensi lokal, sumberdaya yang tersedia (pertanian, limbah pertanian, pengolahan hasil pertanian, kerajinan, potensi keindahan lingkungan serta waktu senggang masyarakat) melalui program digitalisasi UMKM. Pelaksanaan kegiatan akan melibatkan masyarakat, karena partisipasi aktif masyarakat menjadi kunci keberhasilan program, setiap proses pelaksanaan program akan selalu di monitoring dan di akhir program pengabdian ini, akan dilakukan evaluasi untuk menilai sejauh mana peningkatan kapasitas dan peningkatan pengetahuan masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis potensi

Langkah awal yang diambil oleh Abdimas UPN Veteran Yogyakarta ialah melakukan analisis potensi meliputi komoditi unggulan dan sumberdaya lokal Forkom UMKM Kapanewon Ngemplak, Dimulai dengan identifikasi komoditas unggulan dan sumberdaya lokal melalui survei serta didukung data arsipan Forkom UMKM. Umbulmartani memiliki potensi dari sektor pertanian, peternakan. Salah



satu tanaman unggulan yang diangkat oleh Kapanewon Ngemplak yakni tanaman parijoto atau (*Medinilla speciosa*) salah satu tumbuhanepifit. Tanaman ini memiliki banyak sekali manfaat, namun parijoto belum banyak dimanfaatkan oleh masyarakat Ngemplak, padahal tanaman ini banyak tumbuh di wilayah Ngemplak. Sumber daya alam di wilayah Ngemplak menjadi salah satu bahan baku UMKM wilayah Ngemplak dalam menciptakan produk produk yang inovatif dan memiliki nilai tambah serta nilai jual.

Wilayah Ngemplak juga memiliki sumber daya manusia yang unggul, masyarakat sangat aktif dalam kegiatan kegiatan serta memiliki kreativitas dalam pengembangan Forkom UMKM, masyarakat memiliki tujuan bersama dalam memajukan Forkom UMKM dan akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas berbasis potensi komoditi unggulan dan sumberdaya lokal. Pelaku UMKM Forkom Umbulmartani memiliki produk yang unik dan mampu memiliki peluang untuk dipasarkan lebih luas, akan tetapi dari sisi inovasi digitalisasi UMKM belum dilakukan oleh pelaku UMKM, sehingga berdasarkan analisis perlu peningkatan strategi digitalisasi menunjang inovasi dan daya saing salah satu nya melalui smart packaging.

Setiap kegiatan melibatkan pengurus Forkom dan pelaku UMKM dengan peran aktif pengurus Forkom dan pelaku UMKM mampu bersama sama menjawab tantangan dan kelemahan. Pengembangan ini mengarah ke basismodel yang RRA (Rapid Rural Appresial) dan PRA (Partisipatori Rural Appresial). Rangkaian kegiatan dilakukan dengan pelatihan *microsite*, pelatihan *qr code*, pelatihan desain kemasan.

Sosialisasi

Sosialisasi menjadi langkah lanjutan setelah melakukan analisis potensi, sosialisasi ini dilakukan dengan tujuan memberikan pemahaman kepada pengurus Forkom dan pelaku UMKM mengenai maksud dan tujuan tim Abdimas melakukan kegiatan pemberdayaan di wilayah Kapanewon Ngemplak, Program yang diangkat dalam pengabdian ini mengenai strategi digitalisasi UMKM dalam mencapai inovasi dan daya saing UMKM serta pencapaian tujuan bersama, secara garis besar dalam digitalisasi UMKM ini mencangkup pelatihan *microsite*, pelatihan *qr code*, pelatihan desain kemasan. Menurut Indah (2012) penerapan digitalisasi promosi menjadi salah satu alternative dalam memanfaatkan media internet, dengan ruang lingkup promosi yang tidak terbatas dan biaya yang relatif murah.

Sosialisasi dihadiri pengurus Forkom dan pelaku UMKM ini dilakukan secara interaktif dimulai dengan sambutan, penyampaian materi terkait program, kegiatan yang akan dilatihkan serta jadwal kegiatan, dilanjutkan sesi tanya jawab dengan peserta. Masyarakat sangat tertarik dengan program dan mendukung penuh pelaksanaan program demi kemajuan di Forkom UMKM.



Gambar 1. Sosialisasi Program

Pelatihan Microsite

Microsite sendiri merupakan situs mini web yang dibuat untuk tujuan bisnis tertentu. Microsite digunakan untuk mempromosikan produk, mempublikasikan konten, dan memberikan informasi terkait pemilik bisnis. Menurut Tomas (2021) microsite menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan brand awareness usaha serta untuk mempromosikan produk

Sosialisasi dan pelatihan microsite dilaksanakan dan ditujukan kepada para pelaku UMKM yang ada di Kalurahan Umbulmartani. Sosialisasi dan pelatihan ini berisi tentang pengenalan microsite dan penggunaan microsite. Pelaku UMKM di kalurahan umbulmartani diberikan pemahaman tentang Microsite mulai dari penjelasan umum microsite, fungsi, keunggulan dan cara pembuatan. Microsite yang dipakai dalam sosialisasi dan pelatihan ini merupakan microsite yang berasal dari laman s.id.com

Sosialisasi Microsite dilaksanakan dengan memberikan materi tentang pentingnya microsite untuk UMKM. Microsite dapat digunakan para pelaku UMKM untuk mempromosikan produk dari usahanya dengan menampilkan informasi-informasi yang informatif kepada para konsumen. Selain itu, sosialisasi microsite juga berisi tentang pengenalan akan microsite mulai dari tampilan atau user interface dan pengalaman penggunaan atau user experience. Para pelaku UMKM dikenalkan dengan tampilan yang ada dalam microsite yaitu dashboard dari web microsite dan konten-konten yang ada dalam web microsite. Selanjutnya, para pelaku UMKM juga diberikan pemahaman tentang pembuatan microsite mulai dari pembuatan template, penambahan konten-konten informatif, hingga luaran dari microsite yaitu link dari microsite tersebut. Pada sosialisasi microsite yang dilakukan kepada para pelaku UMKM di Umbulmartani juga disediakan forum tanya jawab terkait Microsite. pada forum tersebut, para pelaku UMKM menanyakan hal-hal yang belum bisa dipahami agar bisa diberikan pemahaman ulang. Selain forum tanya jawab, dari Tim Abdimas juga memberikan tugas atau luaran sementara kepada para pelaku UMKM yang ada di Umbulmartani untuk mencoba mengenal lebih terhadap microsite melalui percobaan langsung yang dilakukan para pelaku

UMKM.

Pelatihan Microsite dilaksanakan dengan memberikan pendampingan dalam pembuatan Microsite kepada para pelaku UMKM yang ada di Kalurahan Umbulmartani. Pelatihan microsite dimulai dengan pemberian materi ulang atau mereview materi yang sebelumnya dipaparkan terkait pembuatan dan penggunaan Microsite agar para pelaku UMKM dapat memahami lebih dalam tentang microsite. Kegiatan selanjutnya Para pelaku UMKM yang sebelumnya diberikan tugas atau luaran sementara yaitu pembuatan mandiri microsite masih mengalami kendala sehingga diperlukan pendampingan kepada para pelaku UMKM dalam pembuatan Microsite. Pendampingan dilakukan dengan cara mendampingi para pelaku ketika ada hal yang ditanyakan. Pada kegiatan pelatihan Microsite ini, para pelaku UMKM yang ada di Kalurahan Umbulmartani aktif dalam bertanya terkait pembuatan dan penggunaan dari Microsite. Akhir dari kegiatan pelatihan microsite yang dilakukan kepada para pelaku UMKM di Kalurahan Umbulmartani yaitu link Microsite yang berisi tentang informasi dan konten-konten terkait produk usaha dari masing-masing pelaku UMKM di Kalurahan Umbulmartani.



Gambar 2. Contoh Hasil Pendampingan Microsite UMKM Apem

Pelatihan QR Code

Setelah Pelaku UMKM memiliki laman microsite masing masing, pelatihan akan dilanjutkan ke pelatihan pembuatan QR Code menggunakan tautan microsite. QR code dalam smart packaging (kemasan pintar) menjadi teknologi yang memungkinkan produsen dan konsumen untuk berinteraksi dengan produk secara lebih mendalam melalui kemasan produk. Dengan memasukkan QR code pada kemasan, pengguna dapat memindainya menggunakan smartphone untuk mengakses berbagai informasi dan layanan terkait produk, dengan penyampaian yang mendalam diharapkan mampu meningkatkan daya tarik konsumen sehingga UMKM mampu bersaing di era digitalisasi. Pelatihan QR Code ini diawali dengan penyampaian materi terkait fungsi, kemudian dilanjutkan dengan pemberian contoh langsung, dilanjutkan praktik langsung oleh pelaku UMKM dengan menggunakan tautan microsite yang sudah dibuat.

Pelatihan Inovasi kemasan

Menurut Dhameria (2014) Kemasan harus mampu memberikan dampak yang meninggalkan kesan positif bagi konsumen dan memiliki keunikan sebagai daya tarik konsumen. Inovasi kemasan produk merupakan proses yang dilakukan untuk mengembangkan atau memperbaiki desain kemasan untuk meningkatkan fungsi dari kemasan yaitu daya tarik, dan keberlanjutan produk. Menurut Hermawan Kartajaya (2020), teknologi telah mengubah fungsi kemasan, dan kemasan bukan lagi sebagai pelindung atau wadah, melainkan harus mampu menjual produk yang dikemas. Paket yang dirancang dengan baik akan meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2012), Kemasan yang baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Inovasi kemasan produk sendiri memiliki tujuan untuk menarik attensi dari konsumen agar tertarik membeli, melindungi produk, dan menciptakan *experience* seperti kepuasan dan loyalitas yang baik kepada konsumen. Tim Abdimas juga memberikan inovasi kemasan produk kepada para pelaku UMKM yang ada di Kalurahan Umbulmartani. Produk-produk UMKM yang ada di Umbulmartani rata-rata masih menggunakan kemasan-kemasan konvensional dan masih jarang yang mengedepankan visual daripada fungsi sehingga memang diperlukan inovasi kemasan pada produk para pelaku UMKM yang ada di Umbulmartani. Pada kegiatan ini, tim abdimas menekankan bahwa kemasan juga memiliki peran penting dalam pemasaran produk sehingga kemasan juga perlu diperhatikan. Seperti pada kegiatan sebelumnya, pada saat diskusi terkait produk-produk UMKM yang ada di Kalurahan Umbulmartani tim abdimas juga menilai kemasan-kemasan yang digunakan oleh para pelaku UMKM. Beberapa UMKM perlu dilakukan inovasi kemasan produk karena masih banyak yang menggunakan kemasan umum tanpa ada informasi apapun pada kemasan tersebut. Oleh karena itu, tim abdimas memberikan arahan kepada para pelaku UMKM untuk memberikan dan membuat branding pada kemasan mereka. Kegiatan awal yang dilakukan yaitu pembenahan kemasan yang digunakan agar lebih menarik konsumen. Setelah penggantian kemasan, para pelaku melakukan pembuatan dan penambahan label kemasan. Pemberian label ditujukan agar para konsumen dapat mengetahui informasi-informasi terkait produk tersebut. Sebelumnya, label pada kemasan produk para pelaku UMKM di Kalurahan Umbulmartani belum sepenuhnya dipakai karena keterbatasan biaya dan pembuatannya. Maka dari itu, tim abdimas mendampingi dalam pembuatan label pada kemasan produk-produk dari para pelaku UMKM di Kalurahan Umbulmartani. Pendampingan dilakukan dengan menggunakan aplikasi canva untuk membantu membuat label dari kemasan produk, selain itu juga penerapan smart packaging, dimana mengabungkan kemasan yang digital melalui barcode.



Gambar 3. Inovasi kemasan telur asin



Gambar 4. Inovasi kemasan jamu instan

Selain inovasi kemasan secara fisik, juga dilakukan inovasi kemasan yang menunjang di era digitalisasi saat ini dengan penerapan smart packaging dalam meningkatkan inovasi dan daya saing Pelaku UMKM Kalurahan Umbulmartani. Pelatihan smart packaging dilakukan dengan berbagai rangkaian pelatihan yang meliputi pelatihan microsite, pelatihan qr code, pelatihan desain kemasan. Setiap rangkaian program selalu mengedepankan partisipasi dan diskusi aktif dengan pelaku UMKM. Pelatihan ini mampu mengasah kreativitas pelaku UMKM, peserta sangat antusias untuk mempraktekan secara langsung dan mengimplementasikan secara langsung pada produk mereka masing-masing.



Gambar 5. Label kemasan smart packaging produk apem

Keberhasilan Program

Indikator keberhasilan pelaksanaan program strategi digitalisasi UMKM dilihat dari sisi pengamatan produk yang dihasilkan dan respon mitra, dapat diketahui setelah dilaksanakan rangkaian kegiatan, pelaku UMKM mampu menciptakan smart packaging dengan menggunakan microsite dan dengan didukung desain kemasan yang menarik, sehingga UMKM akan tetap eksis di era digitalisasi, smart packaging ini mampu menyampaikan segala informasi produk dan hal ini menjadi daya tarik konsumen, dalam pelaksanaan program tentu terdapat penghambat dan pendorong untuk tercapainya tujuan program, penghambat dalam pengabdian ini dilihat dari sisi palaku UMKM yang sudah sepuh sehingga memerlukan pendampingan yang ekstra, akan tetapi semua faktor penghambat itu dapat teratasi dengan faktor pendorong yang kuat, yakni dari sisi motivasi dan semangat belajar pelaku UMKM, sehingga semua materi dan praktik dapat terserap secara maksimal.

PENUTUP

Strategi digitalisasi UMKM dapat terjawab dengan program pelatihan *smart packaging*, pengabdian ini memperhatikan dari sisi input, proses, output dan keberlanjutan sehingga pengabdian yang dijalankan mampu memberikan



kebermanfaatan bagi pelaku UMKM dan Forkom UMKM Umbulmartani. Pelatihan *smart packaging* dilakukan dengan berbagai rangkaian pelatihan yang meliputi pelatihan *microsite*, pelatihan *qr code*, pelatihan desain kemasan. Setiap rangkaian program selalu mengedepankan partisipasi dan diskusi aktif dengan pelaku UMKM. Akhir dari pelaksanaan program dilakukan evaluasi dan pengukuran keberhasilan program dan langkah strategis keberlanjutan program. Program ini mampu memberikan kemajuan inovasi kemasan UMKM Umbulmartani yang mengedepankan *smart packaging* dengan disertai *microsite* yang informatif. Perlu pelatihan lanjutan yang mendorong peluang penggunaan *smart packaging* dengan pelatihan digital marketing, sehingga mampu memperluas jangkauan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Blakely, Edward J. (1994) *Planning Local Economic Development (Theory and Practice)*. California, Sage Publications, Inc.
- Dhamaeria, Vita. 2014. Analisis Pengaruh Keunikan Desain Kemasan Produk Berdasarkan Kondusifitas Store Environment, Kualitas Display Produk terhadap keputusan pembelian impulsive
- Indah, I.N. and Yulianto, L., 2012. Pembuatan Website Sebagai Sarana Promosi Produk Kelompok Pidra Desa Gawang Kecamatan Kebonagung Kabupaten Pacitan. Speed-Se
- Kertajaya, Hermawan. 2020. Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global. Gramedia. Jakarta
- Kotler dan Keller. (2012), Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2004. *Otonomi Daerah dan Pembangunan Daerah: Reformasi, Perencanaan, Strategi, dan Peluang*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Morissan, 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Tomas, M. 2021. The microsites. *Journal International Computer*, vol. 15, no. FEB., pp. 81–87, Feb. 2021, doi: 10.46300/9108.2021.15.12.
- Muhsin, Ahmad. 2018. *Participatory Rural Appraisal (PRA) for Corporate Social Responsibility (CSR)*. Yogyakarta: Deepublish
- Wijoyo, H., Vensuri, H., Widiyanti, & Sunarsi, D. et.al. 2020. *Digitalisasi UMKM*. Insan Cendekia Mandiri.

Strategi Digitalisasi Dengan Penerapan Smart Packaging Dalam Meningkatkan Inovasi Dan Daya

Saing Pelaku UMKM Umbulmartani

Indah Widowati, Wulandari Dwi Etika Rini, Heni Handri Utami, Karyono, Susi Puryani, Vinka

Anandani Qurayma, Mukhlisul Af'al
