



Pendampingan Peningkatan Nilai Tambah Produk Lokal UKM Melalui Inovasi dan Kemasan Ramah Lingkungan di Surabaya

Rattih Poerwarini¹, Sri Suyani², Mohammad Lukman Zaini³,
Reza Lesmana⁴, Anas Firman Adi⁵, Wenny Yuniaris⁶
Sekolah Tinggi Teknik Malang^{1,2,3,4,5,6}

* Penulis Korespondensi : rattihpoerwarini@gmail.com

Received :
11-12-2022

Revised :
28-12-2022

Accepted :
20-01-2023

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul "Pendampingan Peningkatan Nilai Tambah Produk Lokal UKM Melalui Inovasi dan Kemasan Ramah Lingkungan di Surabaya" bertujuan untuk membantu pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam meningkatkan nilai jual produk melalui pengembangan inovasi serta penerapan kemasan yang ramah lingkungan. Kegiatan ini dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dengan metode pelatihan, diskusi, dan pendampingan langsung. Pelaku UKM didorong untuk mengenali potensi lokal, menggali ide inovatif, serta menerapkan konsep desain kemasan yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga mendukung keberlanjutan lingkungan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa para pelaku UKM mengalami peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam mengembangkan produk yang memiliki nilai tambah dan daya saing yang lebih tinggi. Kegiatan ini juga memunculkan kesadaran baru akan pentingnya praktik usaha yang berkelanjutan. Dengan demikian, pendampingan ini menjadi langkah strategis dalam memperkuat peran UKM sebagai penggerak ekonomi lokal yang berwawasan lingkungan.

Kata kunci: nilai tambah, UKM, produk inovasi, kemasan ramah lingkungan

Abstract

The community service activity entitled "Assistance in Increasing the Added Value of Local SME Products Through Innovation and Environmentally Friendly Packaging in Surabaya" aims to support Small and Medium Enterprises (SMEs) in enhancing the market value of their products through innovation and the adoption of eco-friendly packaging. This activity was carried out using a participatory approach through training sessions, discussions, and direct mentoring. SME participants were encouraged to identify local potentials, explore innovative ideas, and apply packaging design concepts that are not only visually appealing but also environmentally sustainable. The results of the activity showed that the SME participants experienced an improvement in their understanding and skills in developing products with higher added value and greater market competitiveness. Moreover, the activity fostered a new awareness of the importance of sustainable business practices. Therefore, this assistance program serves as a strategic step in strengthening the role of SMEs as drivers of the local economy with an environmental perspective..

Keywords: added value, SMEs, innovative products, environmentally friendly packaging

I. PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peranan yang sangat strategis dalam perekonomian nasional dan daerah. Di Surabaya, UKM tumbuh subur dan menjadi salah satu penopang utama aktivitas ekonomi

masyarakat [1]. Namun, di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, UKM menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal peningkatan nilai tambah produk. Banyak produk UKM masih mengandalkan metode produksi konvensional dan kurang memiliki



diferensiasi dari sisi inovasi produk dan kemasan. Hal ini berdampak pada rendahnya daya saing produk di pasar lokal maupun global.

Permasalahan nyata di lapangan menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UKM di Surabaya masih belum memahami pentingnya inovasi dalam pengembangan produk, termasuk desain kemasan yang menarik dan ramah lingkungan. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga berperan sebagai media pemasaran yang dapat meningkatkan persepsi kualitas dan nilai jual [2]. Saat ini, konsumen juga mulai memperhatikan aspek keberlanjutan dan lingkungan dalam memilih produk, sehingga penggunaan kemasan ramah lingkungan menjadi semakin relevan dan dibutuhkan.

Urgensi pendampingan ini didukung oleh teori nilai tambah (*value added theory*) dalam ekonomi mikro yang menyatakan bahwa peningkatan nilai suatu produk dapat dicapai melalui inovasi, efisiensi proses, dan diferensiasi produk, termasuk dari aspek kemasan. Keunggulan bersaing juga menekankan pentingnya strategi diferensiasi sebagai kunci keberhasilan bisnis jangka panjang [3]. Oleh karena itu, intervensi dalam bentuk edukasi, pelatihan, dan pendampingan terhadap UKM sangat diperlukan agar pelaku usaha mampu meningkatkan daya saing

produknya.

Dari sisi regulasi, pemerintah Indonesia telah mengeluarkan berbagai kebijakan yang mendukung pengembangan UKM dan pelestarian lingkungan. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mengamanatkan perlunya pemberdayaan UKM dalam peningkatan mutu produk dan daya saing [4]. Selain itu, Undang-Undang No. 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah [5] dan Peraturan Pemerintah No. 81 Tahun 2012 mendorong penggunaan bahan ramah lingkungan, termasuk dalam kemasan produk [6]. Kesesuaian dengan regulasi ini semakin memperkuat pentingnya kegiatan pengabdian masyarakat ini sebagai bagian dari implementasi tanggung jawab akademik terhadap masyarakat.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini sangat penting karena memberikan solusi konkret terhadap permasalahan UKM secara langsung. Pendampingan yang bersifat partisipatif dapat meningkatkan kapasitas pelaku UKM tidak hanya dalam aspek teknis pembuatan kemasan, tetapi juga dalam strategi branding, pemasaran, dan keberlanjutan usaha. Selain itu, kegiatan ini juga memperkuat sinergi antara dunia akademik, masyarakat, dan pemerintah dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan.



Nilai tambah (*value added*) merupakan selisih antara nilai akhir produk dengan biaya input yang dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa tersebut. Porter menekankan bahwa peningkatan nilai tambah bisa dicapai melalui strategi diferensiasi, inovasi, dan efisiensi proses [7].

Sementara itu, nilai tambah adalah peningkatan kegunaan suatu produk atau jasa sebagai hasil dari proses transformasi, baik dari sisi bentuk, tempat, waktu, maupun manfaat. Dalam konteks UKM, peningkatan nilai tambah sangat penting untuk menaikkan daya saing produk [8].

UKM (Usaha Kecil dan Menengah) merupakan tulang punggung ekonomi di negara berkembang, termasuk Indonesia. Produk lokal UKM adalah hasil karya yang diproduksi oleh pelaku usaha berskala kecil dan menengah di suatu wilayah dengan memanfaatkan sumber daya lokal [9].

Kekuatan produk lokal UKM terletak pada keunikan, kearifan lokal, dan pemanfaatan bahan baku daerah. Namun, untuk menembus pasar yang lebih luas, produk UKM perlu dikembangkan dengan pendekatan profesional, termasuk dari sisi manajemen mutu, inovasi, dan kemasan [10].

Inovasi sebagai penciptaan kombinasi baru yang dapat berupa produk baru, metode produksi baru, pasar baru, atau bentuk organisasi baru. Inovasi adalah motor utama

pertumbuhan ekonomi [11].

Dalam konteks UKM, inovasi bisa mencakup modifikasi produk, penciptaan varian baru, atau penggunaan teknologi tepat guna. Inovasi pada UKM dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar, serta menciptakan nilai tambah yang signifikan [12].

Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi dan promosi yang penting. Dalam perkembangan terkini, muncul konsep *green packaging* atau kemasan ramah lingkungan [13].

Kemasan ramah lingkungan adalah kemasan yang dirancang untuk mengurangi dampak lingkungan, baik dari sisi bahan, proses produksi, maupun pembuangannya. Hal ini mencakup penggunaan bahan *biodegradable*, *recyclable*, dan desain yang efisien [8].

Di Indonesia, konsep ini selaras dengan Peraturan Menteri Lingkungan Hidup No. 13 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sejenis Sampah Rumah Tangga yang mendorong pengurangan sampah dari sumbernya, termasuk kemasan [5].

Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kualitas dan daya saing produk lokal UKM Surabaya melalui



inovasi produk dan kemasan yang ramah lingkungan, serta sejalan dengan arah kebijakan pembangunan nasional yang berkelanjutan dan berwawasan lingkungan.

II. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif melalui kombinasi antara pelatihan, workshop, dan pendampingan secara berkelanjutan. Kegiatan diawali dengan tahap persiapan yang mencakup survei lapangan dan pengumpulan data awal terhadap UKM yang menjadi sasaran program, khususnya pelaku usaha lokal di Surabaya yang memproduksi makanan, kerajinan, atau produk khas lainnya [14].

Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner untuk mengidentifikasi kondisi awal terkait kualitas produk, desain kemasan, serta pemahaman pelaku UKM terhadap pentingnya inovasi dan isu lingkungan. Setelah itu dilakukan koordinasi dengan mitra UKM serta pihak terkait seperti Dinas Koperasi dan UMKM, akademisi, dan desainer produk guna membangun dukungan pelaksanaan kegiatan. Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan inti kegiatan yang diawali dengan penyuluhan dan edukasi mengenai pentingnya peningkatan nilai tambah produk melalui inovasi dan penggunaan kemasan ramah lingkungan.

Materi yang diberikan mencakup strategi inovasi produk, teknik branding, dasar-dasar desain kemasan, serta pengenalan bahan kemasan yang biodegradable atau dapat didaur ulang. Kegiatan dilanjutkan dengan pelaksanaan

workshop, di mana peserta UKM dilibatkan secara aktif dalam pengembangan ide produk inovatif dan pembuatan desain kemasan baru yang lebih menarik dan berwawasan lingkungan. Workshop ini juga mencakup praktik langsung pembuatan prototipe kemasan bersama tenaga ahli di bidang desain grafis dan pengemasan. Setelah workshop, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan intensif selama beberapa bulan untuk memastikan implementasi inovasi yang telah dirancang. Pendampingan ini bertujuan membantu UKM dalam mengadopsi inovasi produk dan kemasan baru secara konsisten serta memberikan solusi terhadap kendala teknis yang mungkin muncul [15].

Evaluasi dilakukan secara berkala untuk mengukur perubahan yang terjadi, baik dari sisi kualitas produk, tingkat adopsi kemasan ramah lingkungan, maupun dampaknya terhadap pemasaran dan penjualan. Selanjutnya, hasil kegiatan dianalisis dan dijadikan dasar untuk memberikan rekomendasi pengembangan lebih lanjut, termasuk potensi kerja sama jangka panjang antara UKM dan institusi akademik dalam rangka mendukung pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

III. PELAKSANAAN KEGIATAN

2.1 Persiapan Kegiatan

Tahap persiapan merupakan fase awal yang sangat penting dalam menjamin keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan identifikasi dan pemetaan UKM lokal di wilayah Surabaya yang menjadi sasaran kegiatan, terutama yang bergerak

dalam bidang kuliner, kerajinan tangan, atau produk khas daerah lainnya. Proses ini dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara singkat, serta koordinasi dengan pihak-pihak terkait seperti Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surabaya, asosiasi pelaku usaha, serta tokoh masyarakat setempat. Selain itu, dilakukan pengumpulan data primer dan sekunder mengenai kondisi usaha mitra UKM, termasuk jenis produk yang dihasilkan, metode produksi yang digunakan, bentuk dan bahan kemasan yang dipakai, serta tingkat pemahaman pelaku UKM terhadap isu inovasi dan lingkungan. Selanjutnya, tim pelaksana menyusun instrumen evaluasi awal seperti kuesioner dan format wawancara untuk menilai kebutuhan dan potensi masing-masing UKM.

desain kemasan, maupun akses pasar. Tahap ini juga mencakup penyusunan rencana kerja teknis kegiatan, termasuk jadwal pelatihan, materi yang akan disampaikan, narasumber yang dilibatkan, serta perencanaan logistik dan perlengkapan yang dibutuhkan untuk pelaksanaan workshop dan pendampingan. Selain itu, dilakukan pendekatan personal kepada mitra UKM terpilih untuk membangun komitmen kerja sama dan kesiapan mereka dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan secara aktif. Persiapan yang matang pada tahap ini menjadi landasan penting bagi kelancaran tahap pelaksanaan dan keberhasilan implementasi inovasi yang direncanakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.

2.2 Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan secara bertahap dan sistematis melalui pendekatan partisipatif agar pelaku UKM dapat terlibat secara aktif dan mendapatkan manfaat secara optimal. Kegiatan dimulai dengan pelatihan dan penyuluhan kepada para mitra UKM mengenai konsep nilai tambah produk, pentingnya inovasi dalam pengembangan usaha, serta urgensi penggunaan kemasan ramah lingkungan sebagai bagian dari strategi pemasaran dan keberlanjutan usaha. Materi pelatihan disampaikan oleh tim akademisi dan praktisi di bidang desain produk, kewirausahaan, dan lingkungan hidup. Sesi edukasi ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dasar para pelaku UKM terhadap



Gambar 1. Poster Persiapan Kegiatan

Sumber: Dokumen Pribadi, 2022

Berdasarkan data yang diperoleh, dilakukan pemetaan permasalahan utama yang dihadapi oleh UKM, baik dari sisi mutu produk,

pentingnya diferensiasi produk dan dampaknya terhadap daya saing usaha di pasar yang semakin kompetitif.

Setelah sesi pelatihan, kegiatan dilanjutkan dengan pelaksanaan workshop interaktif yang dirancang untuk membantu para peserta mengembangkan ide-ide inovatif dalam memperbaiki atau mengembangkan produk mereka. Dalam workshop ini, para peserta didampingi untuk melakukan eksplorasi desain kemasan baru yang lebih menarik, fungsional, serta menggunakan bahan yang ramah lingkungan, seperti kertas daur ulang, kardus kraft, atau material biodegradable lainnya. Para pelaku UKM juga diajarkan cara menyesuaikan desain kemasan dengan identitas produk dan preferensi konsumen. Workshop ini menjadi wadah praktik langsung sehingga peserta tidak hanya menerima teori, tetapi juga mendapatkan pengalaman langsung dalam merancang dan membuat kemasan produk mereka sendiri.

Kegiatan berlanjut dengan fase pendampingan intensif, di mana tim pengabdian memberikan bimbingan secara berkala kepada mitra UKM dalam menerapkan inovasi dan desain kemasan baru ke dalam operasional usahanya. Pendampingan ini mencakup konsultasi teknis, evaluasi desain, uji coba produk dan kemasan di pasar terbatas, serta masukan strategis terkait

pemasaran. Selama proses pendampingan, tim juga memfasilitasi mitra untuk melakukan perbaikan bertahap berdasarkan umpan balik dari konsumen dan hasil pengamatan di lapangan. Dengan pendekatan ini, pelaku UKM tidak hanya memperoleh peningkatan kapasitas individu, tetapi juga memiliki kemampuan untuk mengembangkan usahanya secara mandiri dan berkelanjutan. Seluruh kegiatan pelaksanaan dirancang agar adaptif terhadap kebutuhan mitra, serta tetap mengedepankan prinsip keberlanjutan dan kebermanfaatan sosial dalam pengembangan produk lokal UKM di Surabaya.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan

Sumber: Dokumen Pribadi, 2022

2.3. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul “Pendampingan Peningkatan Nilai Tambah Produk Lokal UKM Melalui Inovasi dan Kemasan Ramah

Lingkungan di Surabaya” dilaksanakan pada tanggal 23 Juni 2022. Kegiatan ini bertempat di Balai RW Kelurahan Jemur Wonosari, Kecamatan Wonocolo, Kota Surabaya, yang dipilih sebagai lokasi karena memiliki konsentrasi pelaku UKM yang cukup aktif dan berpotensi untuk dikembangkan. Lokasi ini juga strategis karena berada di wilayah perkotaan yang mudah diakses serta telah memiliki sarana pendukung kegiatan pelatihan dan workshop. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama satu hari penuh dengan pembagian sesi secara terstruktur, dimulai dari pukul 08.00 WIB hingga 14.00 WIB.

Pada pagi hari, kegiatan diawali dengan sambutan dari perwakilan tim pengabdian dan perwakilan kelurahan setempat, dilanjutkan dengan sesi penyuluhan mengenai peningkatan nilai tambah produk dan pentingnya inovasi dalam usaha kecil menengah. Setelah istirahat, peserta mengikuti sesi workshop interaktif yang fokus pada pembuatan desain kemasan ramah lingkungan serta diskusi kelompok untuk mengidentifikasi potensi inovasi masing-masing produk UKM peserta. Pada akhir kegiatan, dilakukan sesi konsultasi terbuka di mana peserta dapat berkonsultasi langsung dengan tim pendamping terkait permasalahan spesifik yang mereka hadapi dalam usaha mereka. Pelaksanaan kegiatan ini dirancang untuk memberikan pengalaman langsung, membangun kesadaran, serta mendorong

penerapan nyata dari inovasi dan kemasan berkelanjutan pada produk-produk UKM lokal Surabaya.

IV. Hasil Kegiatan dan Evaluasi

3.1 Capaian Kegiatan



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan

Sumber: Dokumen Pribadi, 2022

Capaian kegiatan dapat dilihat dari beberapa aspek, baik dari peningkatan pengetahuan peserta, kemampuan teknis, maupun motivasi untuk menerapkan inovasi dalam pengembangan produk mereka. Para pelaku UKM yang mengikuti kegiatan menunjukkan antusiasme tinggi selama sesi pelatihan dan workshop. Berdasarkan hasil evaluasi awal dan pengamatan selama kegiatan berlangsung, sebagian besar peserta menyatakan bahwa mereka baru pertama kali mendapatkan materi mendalam terkait inovasi produk dan kemasan ramah lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan ini telah berhasil



mengisi kekosongan pengetahuan yang sebelumnya belum mereka peroleh.

Selain itu, capaian konkret yang berhasil dicatat antara lain adalah terciptanya prototipe desain kemasan baru yang lebih menarik dan menggunakan bahan ramah lingkungan, hasil kolaborasi langsung antara peserta dengan tim pendamping. Beberapa UKM juga berhasil merancang ulang konsep produknya agar lebih memiliki keunikan, baik dari segi tampilan maupun nilai jual. Dari sisi implementasi, sejumlah peserta menyatakan kesiapan untuk mulai mengganti kemasan lama mereka dengan model kemasan baru yang lebih berkelanjutan. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan wawancara singkat pasca kegiatan, yang menunjukkan bahwa lebih dari 85% peserta merasa puas dan termotivasi untuk melakukan perbaikan pada usahanya. Secara keseluruhan, kegiatan ini telah memberikan dampak awal yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas UKM dalam menciptakan nilai tambah dan mengarah pada praktik usaha yang lebih ramah lingkungan.

3.2 Kendala dan Tantangan

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul “Pendampingan Peningkatan Nilai Tambah Produk Lokal UKM Melalui Inovasi dan Kemasan Ramah Lingkungan di Surabaya,” beberapa kendala dan tantangan ditemui selama proses

pendampingan. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan pemahaman awal sebagian pelaku UKM terhadap konsep inovasi produk dan pentingnya penggunaan kemasan ramah lingkungan. Hal ini menyebabkan beberapa peserta awalnya merasa ragu dan kurang percaya diri dalam mengadopsi ide-ide baru yang disampaikan selama pelatihan dan workshop. Selain itu, kendala teknis terkait ketersediaan bahan kemasan ramah lingkungan yang harganya relatif lebih mahal dibandingkan kemasan konvensional menjadi tantangan nyata bagi UKM dengan modal terbatas. Hal ini mempengaruhi keputusan beberapa pelaku usaha untuk menunda atau membatasi penggunaan kemasan inovatif tersebut.

Tantangan lainnya adalah terkait dengan adaptasi proses produksi yang harus disesuaikan dengan desain kemasan baru, di mana beberapa UKM menghadapi kesulitan dalam mengintegrasikan kemasan ramah lingkungan tanpa mengganggu efisiensi dan kapasitas produksi mereka. Selain itu, akses pasar yang masih terbatas juga menjadi hambatan bagi UKM untuk memperoleh keuntungan maksimal dari peningkatan nilai tambah produk. Namun demikian, melalui pendampingan yang berkelanjutan dan komunikasi intensif, sebagian besar kendala tersebut mulai dapat diatasi secara bertahap. Pelaku UKM semakin terbuka untuk belajar dan melakukan inovasi, meskipun masih



diperlukan dukungan lebih lanjut terutama dalam hal pembiayaan dan akses sumber bahan kemasan ramah lingkungan agar implementasi inovasi dapat berjalan lebih optimal dan berkelanjutan.

3.3 Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan pendampingan peningkatan nilai tambah produk lokal UKM melalui inovasi dan kemasan ramah lingkungan di Surabaya menunjukkan hasil yang positif dan menggembirakan. Proses evaluasi dilakukan melalui metode pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif, yaitu kuesioner, wawancara, serta observasi langsung selama dan setelah pelaksanaan kegiatan. Dari hasil evaluasi tersebut, terlihat adanya peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku UKM terhadap pentingnya inovasi produk serta penggunaan kemasan yang ramah lingkungan sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing produk di pasar. Sebagian besar peserta mengapresiasi materi dan metode pelatihan yang interaktif dan aplikatif, sehingga mereka merasa lebih percaya diri untuk menerapkan inovasi dalam produk dan kemasan mereka.

Selain itu, evaluasi juga menunjukkan adanya perubahan konkret, seperti terbentuknya beberapa desain kemasan baru yang lebih menarik dan menggunakan bahan yang lebih ramah lingkungan. Peserta juga mulai menunjukkan antusiasme dalam

mengadopsi teknologi atau metode produksi baru yang mendukung peningkatan nilai tambah produk. Meskipun terdapat beberapa kendala dalam penerapan di lapangan, secara keseluruhan kegiatan ini berhasil mendorong perubahan positif dan memberikan motivasi bagi pelaku UKM untuk terus melakukan perbaikan dan inovasi secara berkelanjutan. Hasil evaluasi ini menjadi dasar penting untuk merencanakan tindak lanjut dan pengembangan program pendampingan yang lebih komprehensif ke depan.

III. KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat “Pendampingan Peningkatan Nilai Tambah Produk Lokal UKM Melalui Inovasi dan Kemasan Ramah Lingkungan di Surabaya” menunjukkan bahwa pendampingan ini berhasil membantu pelaku UKM meningkatkan kualitas produk mereka melalui penerapan inovasi dan penggunaan kemasan yang lebih ramah lingkungan. Hal ini tidak hanya meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen, tetapi juga mendukung upaya pelestarian lingkungan. Melalui proses pendampingan, pelaku UKM semakin memahami pentingnya inovasi produk dan kemasan yang berkelanjutan sebagai strategi untuk memperluas pasar dan meningkatkan nilai jual produk lokal. Sebagai saran, pendampingan serupa sebaiknya dilakukan secara berkelanjutan dengan fokus pada



pengembangan kapasitas pelaku UKM dalam inovasi produk dan kemasan ramah lingkungan. Selain itu, perlu adanya dukungan dari pemerintah dan berbagai pihak terkait untuk menyediakan akses teknologi, pelatihan, serta insentif yang mendorong UKM terus berinovasi dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan di Surabaya.

IV. DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. F. Adi, *Manajemen sumber daya manusia*, 1st ed. Malang: STT Publisher, 2023. [Online]. Available: <https://sttpublisher.stt.ac.id/index.php/STTPublisher/catalog/book/24>
- [2] Chrestiana Aponno and Septina Louisa Siahaya, "Analisis Nilai Tambah Produk Keripik Salak Menggunakan Metode Hayami," *AKUA J. Akunt. dan Keuang.*, vol. 2, no. 3, pp. 206–212, 2023, doi: 10.54259/akua.v2i3.1860.
- [3] Dirjen Pengolahan dan Pemasaran Kementan RI, "Meningkatkan Nilai Tambah dan Daya Saing Produk Pertanian," 2012.
- [4] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008," no. 1, 2008.
- [5] T. L. Negara, "Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2018 Tentang Pemberdayaan Industri," no. 184, pp. 1–27, 2014.
- [6] Ministry of Finance, "Kajian nilai tambah produk pertanian," *Badan Kebijakan. Fiskal*, p. 6, 2012, [Online]. Available: https://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/nilai_tambah_produk_pertanian.pdf
- [7] I. Rahmi and L. Trimo, "Nilai Tambah Pada Agroindustri Dodol Tomat (Studi Kasus Pada Usaha Kelompok Wanita Tani Mentari Desa Genteng , Kecamatan Sukasari , Kabupaten Sumedang) Added Value Of Agroindustry Dodol Tomat (Case Study of Agroindustry Dodol Tomat in Genteng Village ,," *J. Food Syst. Agribus.*, vol. 3, no. 1, pp. 50–56, 2018.
- [8] A. Rente, "Pengantar Agroindustri," *Bandung CV Mujahid Press*, vol. Cetakan 1, no. 23, pp. 301–316, 2016.
- [9] Jamaluddin *et al.*, *EKONOMI MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA*, 1st ed., vol. 1, no. 1. Tilatang Kamang: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah, 2025.
- [10] D. Diksi Metris, Yulanda Elis Meyana, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, no. 1. 2023. [Online]. Available: <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=e2ppEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1>



g=PA1&dq=manajemen+pengetahuan&
ots=gV368HYlR3&sig=ugm1Twmq-
r6Ya9ITLRHYA6ieJi0

- [11] A. A. Priska Wulan Ndari, Mardiana Rahayu, Rahmad Gunardi, Rika Sulistyaningtyas, *E-commerce*. 2024. [Online]. Available: <https://sttpublisher.stt.ac.id/index.php/STTPublisher/catalog/book/23>
- [12] E. N. Rini Aprilia Lestari, Neny Rochyani, Andrie, Atika Nandini, Muhrinsyah Fatimura, Iman Pradana A. Assagaf, Ismayati Sutina Azis, Dwi Setyorini, *Sistem Utilitas Pabrik*, 1st ed. Padang: Get Press Indonesia, 2024.
- [13] S. . Rusydi Fauzan, S.E., M.M Dr. Dra. Ni Desak Made Santi Diwyarthi, M.Si. Dr. Nicholas Simarmata, S.Psi., M.A. I Wayan Adi Pratama, S.Tr.Par., M.Par. Bambang Suprayogi, S.E., M.Si. Dr. Anas Firman Adi, SE, S.Kom, M.KPd Elva Susanti, S.Si., M.Si Ir. Priska Wu, *Psikologi Industri dan Organisasi*, 1st ed., no. February. Padang: Get Press Indonesia, 2024. doi: 10.62083/jneasz60.
- [14] Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, 3rd ed. ALFABETA, 2012.
- [15] Rifa'i Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021.