



Pengembangan UMKM Kreasi Pisang dan Cookies Ubi Ungu Melalui Digital Marketing

Akhmad Fikri Rosyadi¹, Novita Sari², Handre Yabesy Nababan^{3*}, Bethesda Doloksaribu⁴, Tiara Nova Wulandari Hutauruk⁵, Mardono Marko Folin Purba⁶, Sumarjani Berutu⁷
^{1,2,3*,4,5,6,7}Universitas Jambi, Jambi, Indonesia

Email*: handre.y.nababan@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.22437/jppm.v2i3.28322>

Received : 18-09-2023

Revised : 22-10-2023

Accepted : 30-11-2023

Kata Kunci:

digitalisasi, keripik, kukis, UMKM

Keywords:

chips, cookies, digitalization, MSMEs

Abstrak

UMKM merupakan usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Kelurahan Parit Culum I terletak di Kecamatan Muara Sabak Barat, Kabupaten Tanjung Jabung Timur dengan 17 RT dan 4 RW. Kelurahan Parit Culum I memiliki UMKM berbasis kue kering dan kue basah. Kehadiran mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Universitas Jambi ingin mengembangkan UMKM dengan pembuatan kreasi pisang dan cookies ubi ungu dengan penerapan digitalisasi di Kelurahan Parit Culum I. Pengembangan UMKM dilakukan melalui sosialisasi yang dilanjutkan dengan proses pembuatan kreasi pisang coklat dan cookies ubi ungu. Sosialisasi disampaikan oleh Bu Diana selaku pemateri dan pelaku UMKM di tingkat PKK Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Sosialisasi ini melibatkan pelaku UMKM di RW 04 dan RW 01 Kelurahan Parit Culum I. Dengan hadirnya mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Universitas Jambi, UMKM di Kelurahan Parit Culum I akhirnya mampu membuat kreasi pisang coklat dan cookies ubi ungu serta memasarkan hasil olahan setiap harinya. Selain itu, para pelaku UMKM telah mampu men-design profil produk mereka sendiri.

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises are productive businesses owned by individuals or business entities that meet the criteria for being a micro enterprise. Parit Culum I Village is located in Muara Sabak Barat District, East Tanjung Jabung Regency with 17 RTs and 4 RWs. Parit Culum I Subdistrict has MSMEs based on dry cakes and wet cakes. The presence of Jambi University Thematic Real Work Lecture (KKN) students wanted to develop MSMEs by making banana creations and purple sweet potato cookies with the application of digitalization in the Parit Culum I Village. MSME development was carried out through socialization which was continued with the process of making chocolate banana creations and purple sweet potato cookies. The socialization was delivered by Mrs. Diana as the speaker and MSME actor at the PKK level in East Tanjung Jabung Regency. This socialization involved MSMEs in RW 04 and RW 01, Parit Culum I Subdistrict. With the presence of Jambi University Thematic Real Work Lecture (KKN) students, MSMEs in Parit Culum I Subdistrict were finally able to make chocolate banana and purple sweet potato cookies and market their processed products. the day. Apart from that, MSME players have been able to design their own product profiles.

Copyright (c) 2023 Akhmad Fikri Rosyadi, Novita Sari, Handre Yabesy Nababan, Bethesda Doloksaribu, Tiara Nova Wulandari Hutauruk, Mardono Marko Folin Purba, Sumarjani Berutu



PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro . UMKM ini memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian lokal, selain itu juga dapat menciptakan lapangan kerja baru (Fitriadi, Novita, & Kelana, 2021).

Di Kelurahan Parit Culum 1 terdapat UMKM yang berfokus pada bidang kuliner yaitu kue basah dan kue kering. Namun, UMKM di Kelurahan ini masih tergolong pasif atau tidak aktif, hanya beroperasi pada hari-hari besar saja dan pasar harian sehingga kurang efisien. Hal ini terjadi karena kurangnya minat masyarakat dalam kegiatan ber-UMKM, produk yang diproduksi tidak memiliki ciri khas serta belum memiliki kemasan produk, belum jelasnya struktur kepengurusan di UMKM (kelemahan di bidang organisasi), serta kurangnya pembinaan terhadap kelompok UMKM tersebut. Oleh sebab itu, Kontribusi UMKM terhadap pendapatan daerah tidak signifikan. Rata – rata ibu rumah tangga di Kelurahan Parit Culum 1 ini tidak memiliki pekerjaan tetap sehingga jika UMKM ini dikembangkan dapat mengatasi hal tersebut. Permasalahan yang sering dihadapi oleh UMKM adalah; (1) keterbatasan modal; (2) pemasaran produk; (3) belum memiliki jiwa *entrepreneurship*; (4) belum memiliki administrasi keuangan yang bagus; (5) tidak memiliki legalitas dan izin formal; (6) tidak memiliki *branding*; (7) kesulitan mendapatkan bahan baku; (8) SDM terbatas; (9) dan masih menggunakan sistem bisnis tradisional (Purnomo & Subagyo, 2022).

Peluang usaha di Kelurahan Parit Culum 1 tergolong besar dan menguntungkan karena daerah ini tergolong maju dibuktikan dengan banyaknya grosir atau toko, seperti Alfamart dan Indomaret, akses internet telah memadai, akses sarana dan prasarana tergolong cukup memadai sehingga cocok jika ingin melakukan pemasaran secara online, selain itu usaha di bidang kuliner ini pada umumnya memiliki resiko yang rendah. Jadi, permasalahan prioritas dalam artikel ini ialah belum jelasnya struktur organisasi UMKM, belum memiliki produk khas dan pelabelan kemasan serta belum memiliki izin PIRT (Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga) oleh sebab itu pemasarannya belum meluas hingga keluar daerah.

Lingkungan ekonomi internasional di saat ini dan mendatang berubah sangat cepat. Dengan dikembangkannya Teknologi Informasi (TI), seperti internet, maka informasi dari satu negara ke negara lain dalam sekejap dapat berpindah. Dampak dari percepatan informasi ini dapat dirasakan dalam kehidupan baik itu dari segi ekonomi, keuangan, maupun telekomunikasi.

Dengan demikian, melalui TI usaha bisnis harusnya lebih berpeluang meningkatkan daya saing dalam memenangkan persaingan yang semakin ketat. Persoalannya, masih sedikit UMKM yang memanfaatkan TI. Menurut Eko Wahyudi (Direktur Pembinaan Koperasi dan UMKM Bappenas), menyatakan bahwa dari 245 ribu unit UMKM potensial di Indonesia, hanya 12% saja yang sudah memanfaatkan TI. Lemahnya akses terhadap TI mengakibatkan

banyak peluang bisnis tidak bias dimanfaatkan.

Dalam dunia bisnis yang berbasis ekonomi kreatif itu merupakan salah satu bidang kehidupan manusia yang perubahannya sangat cepat dan dinamis. Jika dahulu kegiatan bisnis dilakukan dari pintu ke pintu, orang berjualan di pasar, membuka lapak di di emperan toko, dan cara konvensional lainnya seperti menawarkan secara tatap muka. Meskipun cara-cara tersebut masih dipergunakan oleh masyarakat akan tetapi zaman telah berubah seiring berkembangnya era industri 4.0 dan era society 5.0 maka segala aspek kehidupan juga harus mengikutinya tanpa kecuali di dunia bisnis (Erwin, Suade, Tanesia, Sharon, & Maichal, 2023; Febrianti & Beni, 2023). Bisnis dan manusia tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia karena manusia merupakan makhluk sosial yang membutuhkan penghasilan untuk memenuhi kehidupannya (Febriansyah & Prabowo, 2023; Sari et al., 2021; Tresnawati & Prasetyo, 2022).

Salah satu UMKM yang potensial dikembangkan dan dapat menciptakan lapangan kerja masyarakat di Kelurahan Parit Culum 1 adalah Kreasi Keripik Pisang Coklat dan Cookies Ubi Ungu. Hal tersebut karena bahan utama dari produk ini mudah untuk dijangkau dan proses produksinya tergolong mudah. Selain itu kedua produk di atas sangat digemari oleh masyarakat luas, mulai dari anak - anak hingga orang dewasa tanpa memandang usia. Selain itu harganya juga masih terjangkau. Untuk membentuk organisasi UMKM ini maka dilakukan pendataan terhadap ibu- ibu yang mau bergabung dalam UMKM pembuatan Cookies Ubi Ungu dan Keripik Pisang Coklat di Kelurahan Parit Culum 1. Hal ini dilakukan dengan berkoordinasi dengan RT/RW di Parit Culum 1. Lalu, mengadakan pemisahan tanggung jawab yang jelas antara masing – masing personal dalam UMKM tersebut. Setelah itu, mengadakan sosialisasi dan pelatihan tentang UMKM ini dengan mengundang pemateri yang sudah berpengalaman. Dalam Kegiatan Sosialisasi dan Pelatihan ini, tim menyediakan sampel produk yang dilengkapi dengan pelabelan produk. Pengenalan pemasaran berbaur digitalisasi seperti *Shopee* dan *Tiktok* juga dilakukan. Selain itu mengenai resep dan materi juga di *share* kepada peserta sosialisasi. Tujuan dilaksanakannya kegiatan ini adalah diharapkan bahwa UMKM ini dapat berkembang dan berkelanjutan dengan memproduksi produk Cookies Ubi Ungu dan Keripik Pisang Coklat yang dilengkapi dengan kode P-IRT dan pelabelan pada kemasan. Selain itu juga dapat menerapkan pemasaran berbasis digitalisasi dengan memanfaatkan internet.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan “Kegiatan Pengembangan UMKM Dengan Pembuatan Kreasi Pisang Dan Cookies Ubi Ungu Dengan Penerapan Digitalisasi” dilaksanakan pada hari Sabtu dan Minggu pada tanggal 05 Agustus 2023 Pukul 14.00 s/d 17.00 dan 06 Agustus 2023 Pukul 13.00 s/d 16.00. Bertempat di Kelurahan Parit Culum 1, Kecamatan Muara Sabak Barat. Peserta kegiatan merupakan para ibu rumah tangga dan dihadiri oleh Lurah Parit Culum 1 dan Ketua RW 04.

Materi kegiatan ini berisi tentang upaya meningkatkan UMKM di Parit Culum 1 serta menumbuhkan minat masyarakat untuk berwirausaha, adapun pengenalan. Metode pelaksanaan kegiatan umkm menggunakan metode sosialisai, pelatihan dan diskusi. Bentuk kegiatan yang dilaksanakan berupa:

1. Pemberian materi tentang pemasaran atau gambaran yang baik sebagai pelaku usaha mikro kecil dan menengah serta pelabelan produknya.
2. Pada kegiatan ini, tim KKN Tematik berupaya mengembangkan kegiatan baik dalam hal penyampaian materi kegiatan, praktik, maupun tanya jawab atas materi yang disampaikan
3. Pemberian materi tentang usaha online untuk memasarkan produk atau barang yang dibuat oleh pelaku UMKM di Kelurahan Parit Culum I.

Dalam menentukan rancangan instruksional ini perlu dipertimbangkan aspek-aspek berikut:

1. Isi materi program kegiatan yang relevan dengan kebutuhan mereka. Tim KKN Tematik telah memetakan kebutuhan keseluruhan bagi pelaku UMKM yang dibagi dalam dua materi kegiatan yang dijelaskan pada bagian materi kegiatan.
2. Latar belakang pelaku UMKM seperti jenis kelamin dan juga usianya.
3. Jenis usaha dan lama usaha yang digeluti

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM merupakan suatu usaha potensial bagi perkembangan perekonomian di Indonesia sehingga dalam pelaksanaannya perlu di optimalkan dan digali kembali potensi-potensi yang ada untuk peningkatan pembangunan ekonomi masyarakat. UMKM dapat dikembangkan sebagai inovasi untuk peningkatan standar ekonomi dan dan mengentaskan kemiskinan serta mengurangi pengangguran (Kusumaningrum, Pangestu, Yolanda, & Putra, 2021; Nurmala et al., 2022; Sukriani, 2022). Sektor UMKM menjadi kelompok usaha yang terbesar dan menyerap tenaga kerja dengan jumlah yang besar pula, hal tersebut menjadikan UMKM sebagai kelompok yang dapat bertahan di segala kondisi, seperti pada krisis moneter (Syaiful, 2016; Krismajayanti & Darma, 2020). Pengembangan UMKM tentu saja akan lebih maksimal dengan adanya dukungan dari pemerintah dalam memberikan fasilitas-fasilitas yang diperlukan sebagai penunjang pelaksanaan dan kemajuan usaha yang dijalankan agar dapat menghasilkan manajemen dan kualitas produk yang baik sehingga dapat bersaing dengan pasar internasional (Hardana, Nasution, & Damisa, 2022; Hilmiyah, Permana, Hatta, & Widyaningsih, 2022).

UMKM dapat menciptakan peluang kerja yang cukup besar untuk tenaga kerja dalam negeri, sehingga hal ini sangat membantu peran pemerintah dalam upaya mengurangi angka pengangguran yang tinggi. Kelurahan Parit Culum 1 merupakan target lokasi sasaran yang tepat untuk kami melakukan sosialisasi pengembangan umkm dengan penerapan digitalisasi tepatnya di lokasi keramas RT 13, RW 04. Pemilihan lokasi ini berdasarkan fakta lapangan

bahwa RW 04 tempat tinggal para pengusaha UMKM berbasis kue kering dan juga kue basah yang dimana hal ini diperkuat bahwasanya mereka sering mendapatkan pesanan dalam acara seperti nikahan, arisan dan acara resmi pemerintah Kelurahan Parit Culum I. Dengan adanya sosialisasi ini diharapkan warga Kelurahan Parit Culum I terutama ibu-ibu rumah tangga yang bekerja di umkm dapat meningkatkan usahanya dengan lebih baik. Umkm yang kami utamakan ialah di bidang Kuliner Salah satu bisnis UMKM yang paling banyak digandrungi adalah bidang kuliner. Berbekal inovasi dalam bidang makanan dan modal yang tidak terlalu besar ini terbilang cukup menjajikanmengingat setiap hari semua orang membutuhkan makanan. Adapun pemateri yang kami undang dalam penyampaian materi adalah Ibu Diana, salah satu pelaku UMKM dari Kelurahan Parit Culum I yang aktif di PKK Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Dimana pemateri menjelaskan mulai dari pembuatan kreasi pisang yang kita rencanakan, menjelaskan mengenai pembuatan cookies ubi coklat dan juga pemasaran hasil produk UMKM tersebut dengan strategi pengembangan digitalisasi UMKM sesuai yang telah kami sepakati. Ada 4 faktor yang penting daripada pemasaran produk UMKM tersebut, yaitu:

Kekuatan:

1. Mampu beradaptasi dan memiliki daya tahan yang tinggi di pasar persaingan, sehingga menjadi modal bagi UMKM untuk menjadi aktor utama dalam ekonomi digital
2. Program pemerintah Making Indonesia 4.0.
3. Penggunaan Teknologi Informasi (TI) dapat menjadikan UMKM lebih kompetitif.
4. Banyak fasilitas fitur yang diberikan dengan berkembangnya digitalisasi

Peluang:

1. Peningkatan pendapatan jika menggunakan teknologi digital.
2. Perkembangan teknologi digital meningkatkan akses ke pelanggan baru baik dalam negeri maupun luar negeri.
3. Kemudahan dalam mengakses pasar digital.
4. Konsumen yang menyukai produk UMKM lebih tertarik menggunakan transaksi *online*.
5. Di era pasar internasional UMKM dapat memajukan pasar regionalnya.

Kelemahan:

1. Banyak SDM UMKM yang belum terampil dalam bidang Teknologi Informasi (TI) dan *marketing online*.
2. Keterbatasan knowledge dari UMKM.
3. Sebagian besar UMKM ada di daerah pedesaan, akses broadband yang tidak menjangkau seluruh Indonesia.
4. Sebagian besar UMKM ada di daerah pedesaan, sehingga akses internet terbatas.
5. Masih banyak yang belum *digital-literate*.
6. Pemberdayaan UMKM masih dilakukan secara parsial

Ancaman:

1. Banyak UMKM negara asing yang menerapkan sistem digitalisasi.
2. Indonesia lebih banyak pemakai market *e-commerce*.
3. Konsumen jadi memiliki kemudahan dalam berpindah langganan (sekali klik).
4. Banyak konsumen yang masih mempertimbangkan keamanan dalam melakukan transaksi *online*.

Keripik Pisang Coklat

Secara umum pisang dapat dikonsumsi langsung tanpa diolah, tetapi ada juga produk-produk olahan pisang yang sudah dikenal luas di masyarakat diantaranya keripik, sale, kolak, pisang goreng dan pisang rebus. Menurut Kementerian Pertanian (2016), tingkat konsumsi pisang dari tahun 2002 hingga tahun 2015 menunjukkan perkembangan yang fluktuatif tetapi cenderung menurun rata-rata sebesar 0,53% per tahun, bertolak belakang dengan produksi yang bertumbuh sebesar 4,92%. Oleh karena itu diperlukan inovasi dalam mengolah komoditi pisang, salah satunya dengan mengolah pisang menjadi produk *Keripik Pisang Coklat*. Keripik pisang coklat ialah makanan ringan berbentuk bulat berbalut bubuk coklat. Dalam pengembangan produk olahan yang kami ialah yang berbahan dasar pisang, Karena bahan ini mudah dijumpai dan proses pengolahannya juga tidak rumit. Hal yang perlu diperhatikan disini ialah seberapa konsisten para pelaku UMKM dalam menetapkan produknya sehingga dapat berkelanjutan. Meskipun keripik pisang merupakan makanan yang sudah biasa, tetapi jika dikembangkan dapat menambah nilai jualnya.

Jenis pisang yang tim KKN pilih ialah pisang kepok. Pisang ini dipilih karena harganya yang terjangkau dan kandungan gizinya yang tinggi seperti karbohidrat serta mengandung protein dan serat. Pisang yang belum matang merupakan bahan yang baik untuk pembuatan keripik pisang.

Alat yang dibutuhkan ialah pisau, ayakan atau saringan, pemotong keripik, dan timbangan digital. Sedangkan bahannya ialah pisang kepok mentah, bubuk coklat, gula halus, minyak goreng, dan maizena.

Tahap pembuatan keripik

1. Kupas pisang lalu rendam sebentar dengan air lemon atau jeruk untuk mengurangi getah pisang tersebut.
2. Iris pisang dengan alat pemotong keripik.
3. Panaskan minyak dan goreng pisang yang telah diiris tersebut.
4. Setelah itu dinginkan pisang yang telah digoreng.
5. Dalam satu wadah buat 2 sendok makan bubuk coklat dan tambahkan 1 sendok makan maizena yang telah digongseng.

6. Dan terakhir tambahkan pula $2 \frac{1}{4}$ sendok makan gula halus ke dalam bubuk coklat tadi.
7. Timbang keripik pisang dengan berat 200 gram
8. Masukkan bubuk coklat sebanyak $2 \frac{1}{2}$ sendok makan ke dalam keripik yang telah ditimbang.
9. Dan terakhir kocok atau aduk keripik dengan bubuk coklat hingga merata dalam satu wadah.
10. Begitu seterusnya dari langkah awal – akhir untuk membuat takaran bubuk coklatnya.

Tahap selanjutnya adalah masukkan ke dalam kemasan plastik atau stopples. Keadaan kemasan harus kering dan kedap udara yang bertujuan menjaganya tetap awet.



Gambar 3. Keripik Pisang Coklat

Cookies Ubi Ungu

Cookies merupakan salah satu jenis makanan ringan yang diminati masyarakat yang sering dikenal sebagai kue kering. Dalam pengembangan UMKM yang tim terapkan di Kelurahan Parit Culum I ini, tim memutuskan untuk membuat cookies ubi ungu. Ubi ungu kaya akan kandungan serat sehingga dapat berperan sebagai antioksidan yang baik bagi tubuh sehingga dapat mencegah terjadinya penyakit kanker dan penyakit degeneratif.

Alat yang dibutuhkan dalam pembuatan cookies ubi ungu ini ialah oven, mixer, timbangan digital, pisau, ayakan, cetakan kue, dan panci untuk merebus ubi. Bahannya ialah ubi ungu, margarin, gula halus, kuning telur, maizena, keju, pewarna ungu, dan chocochip (hiasan lain juga boleh).

Tahap pembuatan cookies

1. Mixer gula dan margarin sampai menyatu. Gula harus di ayak terlebih dahulu.
2. Masukkan kuning telur kedalam adonan.

3. Setelah itu masukkan tepung maizena yang sebelumnya telah digongseng ke dalam adonan. Mixer hingga lembut dan merata
4. Masukkan ubi ungu yang telah dihaluskan tadi ke dalam adonan, lalu mixer kembali.
5. Masukkan keju yang telah diparut ke dalam adonan.
6. Tuangkan vanili bubuk sebanyak 2 ½ sendok makan
7. Setelah itu tambahkan beberapa tetes pewarna ungu ke dalam adonan tersebut.
8. Buat tempat terpisah untuk tepung terigu dan tambahkan ½ sendok makan baking soda kedalam tepung terigu.
9. Campur adonan kue dengan tepung terigu di atas pada wadah yang berbeda secara bertahap yang bertujuan agar tidak lengket ketika dicetak atau dibentuk.
10. Cetak adonan dan di atasnya dihiasi dengan chocochip.
11. Dipanggang dalam oven dengan suhu 175 ° C selama 20 menit.

Tahap penyelesaian yaitu (1) pendinginan yaitu kue yang telah matang dikeluarkan dari oven dan dibiarkan pada suhu normal, setelah itu angkat dari loyang; (2) tahap pengemasan yaitu dapat dilakukan dengan plastik kue atau stopples tanpa mengurangi estetika tampilannya.



Gambar 2. Cookies Ubi Ungu



Gambar 3. Sosialisasi Pelabelan dan Strategi Pemasaran Berbasis Digitalisasi

Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Sebelum memasuki kegiatan pelatihan baik cookies maupun keripik hal yang dilakukan adalah sosialisasi mengenai produk yang akan dibuat, pengemasan dan pemasarannya.



Gambar 4. Sosialisasi dan Pelatihan Pembuatan Keripik Pisang Coklat dan Cookies Ubi Ungu

Setelah melaksanakan kegiatan ini, pelaku UMKM dari Kelurahan Parit Culum I mengalami peningkatan keterampilan terkait pembuatan kreasi pisang coklat dan cookies ubi ungu, *packaging*, pengetahuan tentang bagaimana melakukan pelabelan terhadap produk (*labeling*). Pelabelan yang diberikan untuk menjaga keamanan higienis suatu produk dan juga untuk memudahkan konsumen dalam mengenal produk yang dihasilkan serta pelaku UMKM juga mendapatkan pengetahuan dalam melakukan pemasaran secara digital yang ditandai dengan pembuatan akun pada media social yaitu Tokopedia. Diharapkan kegiatan ini dapat

meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kelurahan Parit Culum I Kecamatan Muara Sabak Barat Kabupaten Tanjung Jabung Timur.



Gambar 5. Label Produk Cookies Ubi Ungu dan Kreasi Pisang Cokelat

KESIMPULAN

UMKM merupakan salah satu penunjang ekonomi bagi Negara berkembang seperti Indonesia Penyerapan tenaga kerja dan perputaran perekonomian sangat terbantu dengan adanya UMKM. UMKM adalah salah satu yang memiliki potensi begitu besar bagi peningkatan perekonomian rakyat terutama di Kelurahan Parit Culum I. Namun, kenyataannya UMKM masih mengalami berbagai hambatan internal maupun eksternal dalam bidang produksi, pengolahan, pemasaran, modal dan lain-lain. Digitalisasi juga sangat diperlukan ataupun sangat berpengaruh penting dalam proses pemasaran produk daripada hasil UMKM, dimana jelas bahwasanya ini berfungsi dalam peningkatan pendapatan jika menggunakan teknologi digital. Strategi Salah satu contoh UMKM yang dilakukan disini yaitu Kegiatan Pengembangan Dengan Pembuatan Kreasi Pisang Dan Cookies Ubi Ungu Dengan Penerapan Digitalisasi, adapun metode yang digunakan yaitu dengan sosialisasi, diskusi dan Tanya jawab. Tim berharap UMKM yang terdapat di Parit Culum I ini dapat berkelanjutan dan semakin berkembang baik dari segi pemasaran maupun kreasi produk karena hal ini dapat meningkatkan pendapatan daerah dan mengurangi angka pengangguran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dalam segala hal kegiatan ini. Ucapan terima kasih dan penghargaan juga disampaikan kepada Rektor Universitas Jambi melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Jambi yang telah memberikan bantuan dana melalui program pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Universitas Jambi. Ucapan terima kasih juga diberikan kepada masyarakat Kelurahan Parit Culum I di

Kecamatan Muara Sabak Barat Kabupaten Tanjung Jabung Timur atas Kerjasama yang baik selama kegiatan KKN Tematik berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Andiny, P., & Nurjannah. (2018). Analisis Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Sebagai Upaya Penanggulangan Kemiskinan di Kota Langsa. *Jurnal Serambi Ekonomi Dan Bisnis* 5 (1), 31 - 37.
- Dwi, H. P. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 15 - 30.
- Erwin, E., Suade, Y. K. M., Tanesia, C. Y., Sharon, S., & Maichal, M. (2023). Customer Engagement Usaha Kuliner; Kontribusi Marketing Content dan Efek Viral Marketing Campaigns. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(3), 383–397. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i3.285>
- Fathiyah, W. Z. (2022). Substitusi Tepung Ubi Jalar Ungu (*Ipomoea batatas* L.) Sebagai Sumber Serat. *J.Gizi Dietetik*, 127 - 134.
- Febriansyah, R. Y., & Prabowo, F. S. A. (2023). Pengaruh Orientasi Pelanggan dan Adopsi Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada UMKM Binaan Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil Jawa Barat Tahun 2021 Sektor Kuliner). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 1–10. <https://doi.org/10.9744/jmp.17.1.1-10>
- Febrianti, F., & Beni, S. (2023). Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan pada Usaha Kuliner di Kecamatan Bengkayang. *Inovasi Pembangunan : Jurnal Kelitbangan*, 11(02), 189–210. <https://doi.org/10.35450/jip.v11i02.384>
- Fitriadi, Y., Novita, W., & Kelana, A. S. (2021). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Ekonomi Kreatif Sub Sektor Kuliner di Kota Padang. *Jurnal Ekobistek*, 65–74. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i1.85>
- Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. (2022). Pelatihan Manajemen Usaha dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuliner. *Medani : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 16–22. <https://doi.org/10.59086/jpm.v1i1.87>
- Hilmiyah, N., Permana, E., Hatta, I. H., & Widyaningsih, M. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Pelaku Umkm Kuliner Pada Masa Pandemi Covid - 19. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 5(2), 226–245. <https://doi.org/10.35814/jrb.v5i2.3391>
- Hutapea, G., Harun, N., Fitriani, S. (2021). Pembuatan Snack Bar Dari Tepung Pisang Kepok (*Musa paradisiaca formatypica*). *Jurnal Teknologi dan Industri Pertanian Indonesia*, 31 - 36.
- Krismajayanti, N.P.A., & Darma, G. S. (2020). Challenges and Strategies to Encourage Women to be Entrepreneurs in The Industrial Revolution Era. *Review of Management, Accounting, and Business Studies*, 1(1), 12-20
- Kusumaningrum, D. A., Pangestu, N. D., Yolanda, D., & Putra, R. H. O. (2021). Strategi Usaha Mikro Kecil (UMK) Kuliner Menghadapi Pandemi Covid-19 di Jakarta. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(6), 551. <https://doi.org/10.32493/dr.v4i6.14536>
- Nur, I. N. A. (2021). Peran UMKM Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran Masyarakat. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 96 - 107.
- Nurmala, N., Sinari, T., Lilianti, E., Jusmany, J., Emilda, E., Arifin, A., & Novalia, N. (2022). Usaha Kuliner Sebagai Penggerak Umkm Pada Masa Pandemi Covid 19. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 3(1), 65–74. <https://doi.org/10.36908/akm.v3i1.458>

- Purnomo, H., & Subagyo. (2022). *Manajemen UMKM*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sari, D. M., Pratiwi, A., Mubariqoh, A. I., Andika, M. G., Nuraini, S. A., & Fitri, A. (2021). Dampak Layanan Online Food Delivery Terhadap Pendapatan Usaha Kuliner di Bandar Lampung Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8(3), 913. <https://doi.org/10.25157/jimag.v8i3.6149>
- Suci, Y. R. (2016). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi* 6(1), 51 - 58.
- Sukriani, N. (2022). Pengaruh Inovasi dan Kreatifitas terhadap Kinerja Usaha Pelaku UMKM Kuliner di Kota Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 64–71. <https://doi.org/10.35446/bisniskompetif.v1i2.998>
- Syaiful, S. (2016). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIK) Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing. *AKMEN Jurnal Ilmiah*, 13 (3), 629–36
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bisnis Kuliner. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 43–57. <https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1.5>
- Yuliyanti, S., Titus, I., Supriyani, M., Sova, M., Aliva, S. N., & Ferdiansyah, A. Manajemen Wirausaha pada Pola Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Umkm) Berbasis Digital Ekonomi Kreatif Di Kelurahan Mekarjaya, Kecamatan Sukmajaya, Kota Depok. *Indonesian Journal of Engagement, Community Services, Empowerment and Development*, 359 -367.