

## **UMKM Marketing Strategy In Improving The Competitiveness Of Processed Cassava Products In The Local Market**

### **Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Olahan Singkong di Pasar Lokal**

**Dewi Purwati<sup>1</sup>, Yassar Triatha<sup>2</sup>, Amelia Wahyuni<sup>3</sup>, Nur Fariha Badriyah<sup>4</sup>, Nina Liliana As<sup>5</sup>, Rum Hendarmin<sup>6</sup>, Hamid Halin<sup>7</sup>, Yogie Ardiwinata<sup>8</sup>**

Fakultas Ekonomi Akuntansi dan Fakultas Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota (PWK), Universitas Indo Global Mandiri Palembang<sup>1,2,3,4,5,6,7,8</sup>

[2021520044student.uigm.ac.id@gmail.com](mailto:2021520044student.uigm.ac.id@gmail.com)<sup>1</sup>, [2021510069@uigm.ac.id](mailto:2021510069@uigm.ac.id)<sup>2</sup>,  
[2021510121@uigm.ac.id](mailto:2021510121@uigm.ac.id)<sup>3</sup>, [2021510131@uigm.ac.id](mailto:2021510131@uigm.ac.id)<sup>4</sup>, [2021280039@uigm.ac.id](mailto:2021280039@uigm.ac.id)<sup>5</sup>,  
[rumhendarmin@uigm.ac.id](mailto:rumhendarmin@uigm.ac.id)<sup>6</sup>, [hamidhalin@uigm.ac.id](mailto:hamidhalin@uigm.ac.id)<sup>7</sup>, [yogie@uigm.ac.id](mailto:yogie@uigm.ac.id)<sup>8</sup>

Disubmit : 28 Agustus 2024, Diterima : 18 September 2024, Terbit: 3 Oktober 2024

#### **ABSTRACT**

*Petanang Village in Lembak District, Muara Enim Regency, South Sumatra, has great potential in developing processed cassava products, such as kelasan, emping and cassava chips. Although some processed cassava products such as kelasan and emping are already well-known, the development of cassava chip products is still not optimal. Cassava chips that are easily tough are one of the main challenges in developing this product. Therefore, an innovation was carried out to create cassava chips that are crispier and last longer with various flavors, such as spicy, vanilla, chocolate, and matcha. The purpose of this innovation is to enrich the choice of local village products, while increasing the added value and attractiveness of the product to consumers. The product development process involves stages of preparation, survey, implementation, and evaluation to produce quality cassava chips. This innovation is expected to not only increase the economic value of local cassava products, but also strengthen the culinary identity of Petanang Village. Proper and creative processing in choosing flavors can make cassava chip products more in demand, both in the local market and outside the village. By optimizing the potential of abundant natural resources, it is hoped that cassava chip products from Petanang Village can become a widely known culinary icon.*

**Keywords:** *Cassava Chips, Product Innovation, Flavor Variants, Cassava Processing, Added Value, Local Culinary, Natural Resource Potential.*

#### **ABSTRAK**

Desa Petanang di Kecamatan Lembak, Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan, memiliki potensi besar dalam pengembangan produk olahan singkong, seperti kelasan, emping dan keripik ubi. Meskipun beberapa produk olahan singkong seperti kelasan dan emping sudah dikenal, pengembangan produk keripik ubi masih belum optimal. Keripik ubi yang mudah alot menjadi salah satu tantangan utama dalam pengembangan produk ini. Oleh karena itu, dilakukan inovasi untuk menciptakan keripik ubi yang lebih renyah dan tahan lama dengan berbagai rasa, seperti rasa pedas, vanilla, coklat, dan macha. Tujuan dari inovasi ini adalah untuk memperkaya pilihan produk lokal desa, sekaligus meningkatkan nilai tambah dan daya tarik produk bagi konsumen. Proses pengembangan produk melibatkan tahapan persiapan, survei, pelaksanaan, dan evaluasi untuk menghasilkan keripik ubi yang berkualitas. Inovasi ini diharapkan tidak hanya meningkatkan nilai ekonomi dari produk singkong lokal, tetapi juga memperkuat identitas kuliner khas Desa Petanang. Pengolahan yang tepat dan kreatif dalam pemilihan rasa dapat membuat produk keripik ubi lebih diminati, baik di pasar lokal maupun luar desa. Dengan mengoptimalkan potensi sumber daya alam yang melimpah, diharapkan produk keripik ubi dari Desa Petanang dapat menjadi ikon kuliner yang dikenal luas.

**Kata Kunci:** Keripik Ubi, Inovasi Produk, Varian Rasa, Pengolahan Singkong, Nilai Tambah, Kuliner Lokal, Potensi Sumber Daya Alam

## 1. Pendahuluan

Indonesia memiliki beberapa makanan pokok yang biasa di konsumsi oleh masyarakatnya seperti, beras yang berasal dari padi, sagu, dan singkong. Singkong menjadi salah satu tanaman yang banyak di tanam di Indonesia karena kemudahan perawatannya dan hasilnya yang melimpah. Di kota Palembang, banyak penduduk yang menanam singkong di kebun mereka sendiri. Hal ini juga berlaku di desa-desa sekitar, seperti Desa Petanang, di mana tanahnya sangat cocok untuk pertumbuhan singkong, memungkinkan sebagian besar penduduk memiliki lahan untuk menanamnya. Sebagian besar penduduk Desa Petanang memiliki lahan atau kebun singkong mereka sendiri, karena tanahnya mudah ditanam (Caron & Markusen, 2020).

Petanang termasuk salah satu desa di Kecamatan Lembak, Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan. Desa Petanang memiliki tanaman singkong yang bagus. Potensi ini dapat dimaksimalkan dengan memproduksi produk olahan dari bahan utama singkong. Saat ini, beberapa produk olahan berbahan dasar singkong yang ada di Desa Petanang meliputi emping, kelasan, dan kerupuk ubi. Pengembangan potensi pangan dapat dilakukan dengan cara, antara lain, mengembangkan peluang usaha dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi yang dimiliki desa. Hal ini dapat mendorong masyarakat untuk berpikir kreatif dan membantu partisipasi aktif dalam peningkatan standar ekonomi (Cristina et al., 2022).

Ketika musim panen singkong tiba, harganya sering kali sangat rendah. Untuk mengatasi masalah ini, Tim KKN-T kelompok 04 memiliki gagasan untuk mengembangkan olahan singkong menjadi kripik singkong siap saji guna meningkatkan nilai jual dan pendapatan petani singkong. Dalam penjualan produk saat ini, kemasan dan cita rasa menjadi faktor yang sangat penting. Kemasan produk (*Packaging*) tidak hanya berfungsi sebagai wadah, tetapi juga berperan dalam menarik minat konsumen untuk membeli. Selain melindungi produk, kemasan yang menarik dapat membantu produk menonjol di tengah persaingan yang ketat di pasaran. Rasa yang unik juga dapat memikat lidah konsumen, meningkatkan daya tarik produk (P. C. Pratiwi et al., 2023).

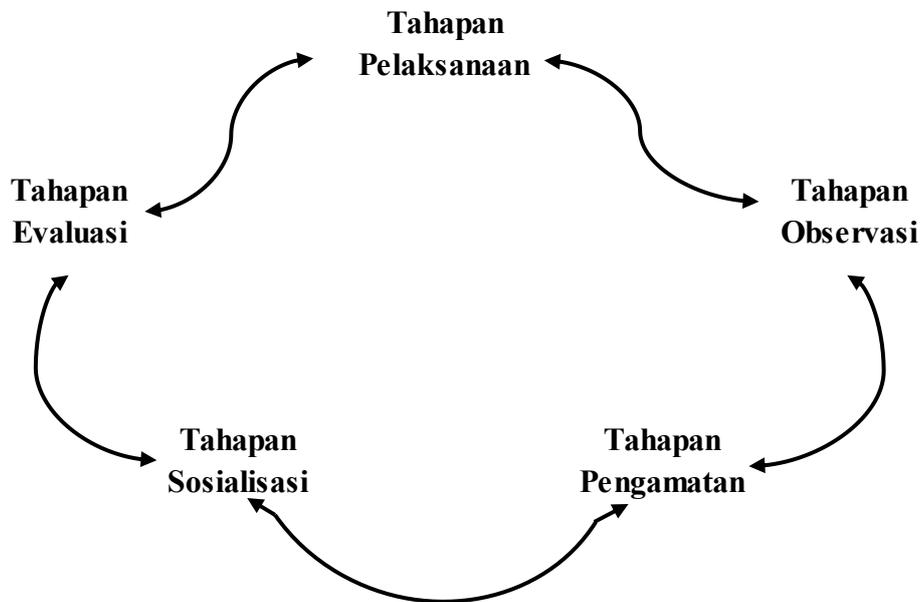
Pengembangan produk olahan singkong menjadi kuliner inovatif dengan bahan baku lokal memiliki peluang besar untuk dikembangkan menjadi usaha mikro di masyarakat. Singkong sangat fleksibel untuk diolah menjadi berbagai jenis makanan, baik secara langsung, seperti aneka keripik singkong, maupun sebagai bahan makanan setengah jadi, seperti tepung yang bisa digunakan dalam pembuatan kue. (Purba et al., 2023) Keripik singkong salah satu camilan yang sudah sangat dikenal oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Bahkan, keripik singkong telah menjadi ikon makanan khas Indonesia yang sangat disukai oleh semua kalangan. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya usaha kecil dan menengah yang memproduksi keripik singkong. Dari segi ekonomi, usaha pembuatan keripik singkong memiliki prospek yang menjanjikan, karena dengan harga yang terjangkau, konsumen dapat menikmati keripik singkong yang renyah, gurih, dan lezat, seiring dengan meningkatnya popularitasnya di masyarakat (Pengabdian Magister Pendidikan IPA et al., 2022).

(Produk & Masa, 2021) Strategi ini tidak hanya ditujukan untuk pengembangan produk baru, tetapi juga dapat diterapkan pada berbagai metode pengembangan produk lainnya. Strategi ini diperlukan agar produk yang dikembangkan tetap menarik perhatian konsumen dan mampu menarik pelanggan baru. Dalam pengembangan produk, strategi yang dapat diterapkan meliputi memperbaiki produk yang sudah ada, memperluas lini produk, menambah varian produk, meniru strategi pesaing, serta menambah lini produk. Produksi singkong di Indonesia juga salah satu yang terbesar di dunia dan sangat melimpah, sehingga diperlukan ide-ide untuk menciptakan alternatif pangan selain beras. Pesatnya perkembangan teknologi telah menghasilkan sarana produksi baru yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mengembangkan produk, meningkatkan kualitas, dan meningkatkan jumlah produksi (Alfianti et al., 2022).

**2. Metode**

Program KKNT Desa Petanang berhasil mencapai tujuannya dengan mengedukasi warga tentang pentingnya inovasi dan kreativitas. Selain itu, mereka juga mempelajari laporan keuangan, pembukuan sederhana, dan strategi pemasaran. Sosialisasi ini ditujukan kepada warga, terutama UMKM di Desa Petanang, dan diadakan di gedung desa. Diharapkan bahwa sosialisasi ini dapat membantu UMKM di desa tersebut untuk mengembangkan potensi mereka secara lebih maksimal(A. N. Pratiwi et al., 2022).

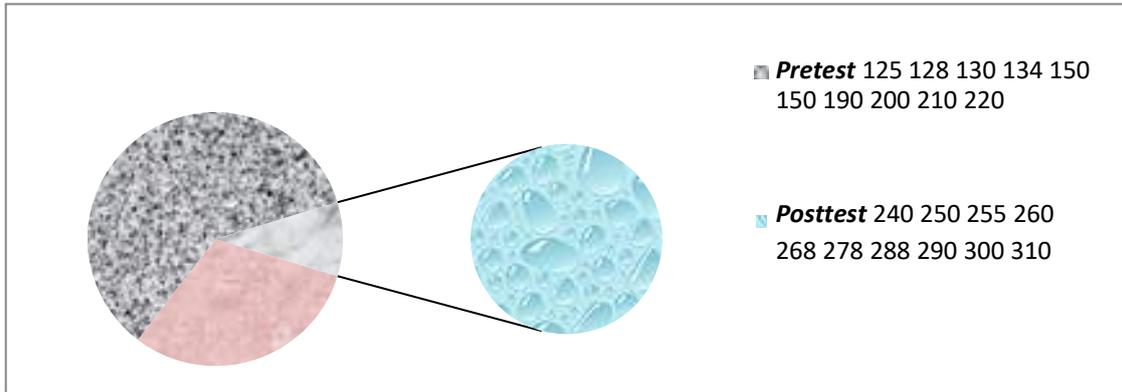
Perlu disusun beberapa tahapan proses pelaksanaan agar tujuan KKNT ini dapat tercapai dengan sukses. Ini adalah proses pelaksanaannya. Sebagai makhluk biologi, manusia menjadi manusia berbudaya dengan sosialisasi, yang memungkinkan mereka melakukan tugas yang tepat sebagai individu dan sebagai anggota kelompok(R. Sari et al., 2023). Untuk menjadi masyarakat yang baik, seseorang dapat bersosialisasi dengan mengidentifikasi, memahami, dan menyesuaikan diri dengan norma, nilai, dan struktur sosial. Masyarakat yang baik adalah mereka yang memenuhi harapan orang lain. Kepentingan masyarakat Sosialisasi berfungsi sebagai cara untuk mempertahankan, menyebarkan, dan mentransfer nilai-nilai dan norma sosial dari generasi ke generasi(Asfar et al., 2022).



**Gambar 1. Implementasi Program**

**Tabel 1. Evaluasi Kinerja Sebelum dan Setelah Pelatihan Olahsan Keripik Singkong**

Peserta	Pretest	Posttest	Peningkatan Keterampilan
P1	125	240	28,3
P2	128	250	39,3
P3	130	255	29,3
P4	134	260	23,8
P5	150	268	29,1
P6	150	278	12,3
P7	190	288	13,2
P8	200	290	12,8
P9	210	300	13
P10	220	310	13,5



**Gambar 2. Diagram pretest dan posttest**

### 3. Hasil Pelaksanaan

Di awal kegiatan KKNT di Desa Petanang dimulai dengan konsultasi mengenai perencanaan program kerja yang dilakukan bersama perangkat desa setempat. (Aisyah et al., 2021) Dalam pertemuan ini, kami membahas berbagai aspek dari program kerja yang akan dijalankan selama KKNT di Desa Petanang, termasuk penentuan jadwal, lokasi kegiatan, serta pembuatan undangan. Koordinasi yang baik sangat diperlukan untuk memastikan bahwa semua kegiatan dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang telah disepakati bersama. Beberapa hari setelah perencanaan, kami mengadakan acara pengenalan diri di Gedung Serbaguna, yang dihadiri oleh Perangkat Desa, Karang Taruna, dan warga Desa Petanang, guna membangun hubungan dan memulai kolaborasi yang efektif (Halim & Dion, 2023).



**Gambar 3. Perkenalan Anggota KKNT**

Pada minggu kedua, kami melakukan kunjungan ke salah satu usaha milik warga desa untuk mengumpulkan data yang diperlukan bagi program kerja KKN kami (Khodijah et al., 2023). Selain itu, kami menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh para petani di Desa Petanang. Berdasarkan temuan tersebut, kami memutuskan untuk mengembangkan produk olahan singkong berupa keripik singkong. Kami juga melakukan inovasi pada kemasan dengan desain yang menarik serta menciptakan empat varian rasa baru yaitu rasa pedas, vanilla, coklat, dan macha. Upaya ini bertujuan untuk memotivasi masyarakat desa agar lebih kreatif dalam mengembangkan olahan ubi/singkong, sehingga dapat meningkatkan nilai jual produk mereka (Sumarno et al., 2022).



**Gambar 4. Pengamatan Terhadap Hasil Singkong dan Olahan Singkong**

Setelah menyusun agenda kegiatan secara menyeluruh, kami bersama Karang Taruna Desa Petanang melakukan kunjungan langsung ke lokasi UMKM di desa tersebut untuk mengamati dan mempelajari proses pembuatan produk mereka. Dalam kunjungan ini, kami tidak hanya mengamati proses produksi, tetapi juga berlatih langsung dalam pembuatan produk tersebut. Tiga hari setelah kunjungan, kami menyelenggarakan acara di Gedung Serbaguna desa dengan mengundang semua masyarakat desa petanang. Acara ini, yang didukung sepenuhnya oleh Karang Taruna, meliputi pelatihan kewirausahaan dan sosialisasi UMKM. Materi yang disampaikan mencakup berbagai produk olahan ubi, seperti kripik singkong, kemplang kelasan, dan kerupuk, serta praktik pembuatan bolu ubi, untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan masyarakat mengenai potensi produk lokal (Cristina et al., 2022).



Gambar 5. Pelatihan Kewirausahaan dan Sosialisasi UMKM



Gambar 6. Keripik Singkong 4 varian dan Bolu Singkong

(D. R. Sari et al., 2022)Mengungkapkan bahwa singkong termasuk produk unggulan Desa Petanang yang sering diolah menjadi kelasan, keripik ubi, dan opak oleh penduduk setempat. Namun, harga jual produk-produk ini masih rendah dan tidak cukup untuk meningkatkan ekonomi desa karena keuntungannya yang minim. Oleh karena itu, bimbingan dan pendampingan dalam pengelolaan serta pengembangan produk singkong diperlukan untuk meningkatkan kualitas dan harga jualnya. Permintaan keripik singkong meningkat, terutama selama hari raya atau liburan, menawarkan peluang usaha yang potensial(Caron & Markusen, 2020). Usaha ini memiliki kelebihan seperti modal terjangkau, proses pembuatan yang mudah, bahan baku yang gampang didapat, dan tidak memerlukan tempat khusus. Karena hampir semua orang menyukai keripik singkong, menemukan konsumen tidak sulit, dan produk ini dapat dipasarkan di berbagai tempat seperti warung, restoran, pusat oleh-oleh, dan pedagang asongan, sehingga memiliki prospek cerah di pasar(Oktaria et al., 2023).

Melihat kondisi di lapangan, jelas bahwa memulai usaha pembuatan keripik singkong dengan berbagai varian rasa sangatlah menjanjikan. Bisnis ini berpotensi memberikan pendapatan yang cukup besar, yang pada gilirannya dapat menggerakkan ekonomi keluarga, mengingat usaha ini termasuk dalam kategori usaha mikro(Batubara et al., 2023). Selain manfaat langsung bagi para produsen keripik singkong, pengembangan bisnis ini juga memberikan keuntungan bagi sektor usaha lainnya, seperti pedagang dan penanam singkong. Usaha ini tidak hanya diminati oleh konsumen, tetapi juga dapat membantu meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Petanang, Kecamatan Lembak, Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan, serta memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal(Masniar et al., 2022).

Hasil usaha kami menunjukkan bahwa masyarakat sangat antusias dan menyukai produk yang telah kami kembangkan. Kami berharap di masa depan akan ada lebih banyak inovasi dan kreasi dari masyarakat Desa Petanang dalam mengolah ubi/singkong yang melimpah di daerah mereka. Dengan keberhasilan ini, kami yakin masyarakat akan semakin termotivasi untuk mencari cara baru dalam pengolahan singkong, yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas dan nilai jual produk lokal serta mempercepat perkembangan ekonomi desa (Naully et al., 2022)

#### 4. Penutup

Inovasi produk melalui pengembangan varian rasa baru pada keripik singkong di Desa Petanang telah memberikan berbagai manfaat signifikan bagi masyarakat desa. Dengan menghadirkan empat varian rasa baru. Yaitu rasa pedas, vanilla, coklat, dan matcha. Produk ini berhasil meningkatkan daya tarik dan nilai jual di pasar yang lebih luas. Inovasi ini tidak hanya memperluas pangsa pasar dan meningkatkan permintaan konsumen, tetapi juga membuka peluang ekonomi baru bagi warga desa. Peningkatan kreativitas dan keterampilan warga dalam memproduksi dan memasarkan produk olahan singkong telah memperkuat kapasitas UMKM lokal.

Dengan dukungan pelatihan dan pendampingan, masyarakat menjadi lebih terampil dalam mengolah bahan lokal menjadi produk bernilai tambah tinggi. Ini membantu mendorong pertumbuhan usaha mikro, menciptakan lapangan kerja baru, dan meningkatkan pendapatan masyarakat, terutama di kalangan generasi muda dan ibu rumah tangga. Selain itu, dengan mengoptimalkan penggunaan sumber daya lokal, inovasi ini memperkuat kemandirian ekonomi desa, mengurangi ketergantungan pada sektor pertanian tradisional, dan mendorong keberlanjutan ekonomi jangka panjang. Melalui upaya kolektif dalam pengembangan produk ini, masyarakat desa telah memperkuat solidaritas sosial dan semangat gotong royong, yang sangat penting untuk memastikan keberhasilan inisiatif ekonomi berbasis komunitas. Keseluruhan inovasi ini menunjukkan bahwa diversifikasi produk lokal berbasis singkong tidak hanya dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, tetapi juga memperkuat identitas dan citra Desa Petanang sebagai penghasil produk olahan pangan yang berkualitas dan inovatif.

#### Ucapan Terima Kasih

Ucapan syukur dan terima kasih penulis ucapkan dalam bentuk hormat atas segala bantuan yang diberikan kepala penulis Kelompok 4 KKN-T Universitas Indo Global Mandiri sehingga kegiatan KKNT di Desa Petanang, Muara Enim dapat diselesaikan dengan baik, dan tepat pada waktunya. Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada ketiga dosen pembimbing lapangan yang telah menyempatkan waktu untuk mengunjungi penulis ke lokasi KKNT. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada perangkat desa, karang taruna, serta seluruh warga Desa Petanang yang telah berpartisipasi dalam pelaksanaan KKNT ini sehingga kegiatan ini dapat terlaksana

#### Daftar Pustaka

- Aisyah, R., Kalimat, A. B., Maulana, I. A., Harlini, M., Uyun, Q., Destia, T. P., Aziz, R. N., Ilyasa, S., Adela, Y., Gunawan, S. F., Fadilah, L. A., Setiawan, Y., Muntiani, V., Febis, D. T., Padini, D. S., Purkon, H. M., & Nadila, A. S. (2021). *Program Kerja Unggulan Pengembangan Umkm*. 1–8.
- Alfianti, S., Hertati, L., Syafitri, L., Munandar, A., & Hendarmin, R. (2022). Sosialisasi Pengembangan Strategi Pemasaran Dan Pengelolaan Umkm Potensi Desa Petanang Melalui Peningkatan Kemampuan Sumber Daya Manusia Program Kkn Tematik Mbkm Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri. *Prima : Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 153–162. <https://doi.org/10.55047/prima.v1i4.337>

- Asfar, A. M., Lazuarni, S., Tripermata, L., Ekonomi, F., Manajemen, P., Indo, U., & Mandiri, G. (2022). *Kuliah Kerja Nyata ( Kkn ) Tematik Pengembangan Potensi*. 5, 140–147.
- Batubara, C., Safitri, D., Permata Sari, D., Tasya Luthfiah, H., & Utama Putra, B. (2023). Strategi Pengembangan Identitas Visual UMKM Melalui Pembuatan Logo: Studi Kasus Pada Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Di Desa Aras. *Bagaskara Utama Putra Journal of Human And Education*, 3(2), 420–427.
- Caron, J., & Markusen, J. R. (2020). *GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN*. 1–20.
- Cristina, N. N., Hertati, L., Syafitri, L., Munandar, A., & Hendarmin, R. (2022). Sosialisasi Manfaat Inovasi Pengolahan Singkong Desa Petanang Serta Fungsi Media Aplikasi Promosi Digital Program Kkn Tematik Mbkm Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri. *Prima : Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 141–152. <https://doi.org/10.55047/prima.v1i4.336>
- Halim, B., & Dion, K. (2023). *Peran Karang Taruna dalam Penguatan UMKM Melalui Media Fotografi di Kelurahan Sukajaya The Role of Karang Taruna in Strengthening MSMEs Through Photography Media in Sukajaya Village Gambar 1 Grafik Usia Penduduk Indonesia Berdasarkan artikel jurnal berjudul*. 8(4), 826–834.
- Khodijah, S., Jahira, N., Karima, U., & Zahroh, W. (2023). Sosialisasi Personal Branding Dan Desain Grafis Oleh Mahasiswa Kkn Uniwara Dalam Meningkatkan Potensi Umkm Masyarakat Di Kelurahan Tapaan Kota Pasuruan. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(9), 930–938. <https://doi.org/10.55681/swarna.v2i9.857>
- Masniar, M., Histiari, A. R., & Sucipto, A. N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Umkm Kripik Singkong Menggunakan Metode Swot. *Metode : Jurnal Teknik Industri*, 8(1), 1–10. <https://doi.org/10.33506/mt.v8i1.1694>
- Nauliy, A. D., Pebianti, A., Cahyani, M., Hertati, L., Hendarmin, R., Syafri, L., & Munandar, A. (2022). Sosialisasi Peningkatan Daya Saing Umkm Olahan Keripik Singkong Rasa Gurih Pedas Melalui Kemasan Dan Digital Marketing Mbkm Program Kkn Tematik Di Desa Petanang. *Prima Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 121–132. <https://doi.org/10.55047/prima.v1i4.325>
- Oktaria, D., Hildayanti, S. K., Hertati, L., & Hendarmin, R. M. M. (2023). Peningkatan Daya Saing Melalui Inovasi Kemasan Olahan Emping Singkong Desa Petanang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim. *Community ...*, 4(4), 6987–6992. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/18582>
- Pengabdian Magister Pendidikan IPA, J., Zulkifli, L., Dwi Sasmitha, L., Qomaria, A., Nurhandayani, D., Dwi Pangestuti, F., Ghurfah, A., Ramas Arya, L., Rahayu, D., Habib, L., Setiawati, N., Rainaldy Juliansyah, M., Musmiawati, R., & Pendidikan Kimia, P. (2022). Pemberdayaan UMKM Melalui Inovasi Rasa, Pengemasan Serta Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing "Kripik Singkong. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(1). <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v3i2.1384>
- Pratiwi, A. N., Lestari, D. A., Rahmayang, T., Hertati, L., Hendarmin, R., Syafitri, L., & Munandar, A. (2022). Sosialisasi Kkn Tematik Mbkm Pendampingan Pembuatan Struktur Perhitungan Harga Pokok Produksi Guna Penentuan Harga Jual Keripik Singkong Rasa Jagung Di Desa Petanang. *Prima Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 109–120. <https://doi.org/10.55047/prima.v1i4.324>
- Pratiwi, P. C., Puspita, C. N., & ... (2023). Sosialisasi Manfaat Pengelolaan Nanas Desa Tanjung Baru Serta Fungsi Digital Marketing Bagi Umkm. ... *Journal: Jurnal ...*, 4(4), 8339–8342. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/19564%0Ahttp://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/download/19564/14275>
- Produk, P., & Masa, P. (2021). Pelatihan Umkm Melalui Digital Marketing Untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 6–13. <https://doi.org/10.31002/abdipraja.v2i1.3602>

- Purba, E., Trianovie, S., & Syuhada, S. (2023). Penyuluhan UMKM Di Era New Normal Dengan Memprioritaskan Ekonomi Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 3(2), 59–62. <https://doi.org/10.58369/jpmg.v3i2.136>
- Sari, D. R., Shellamitha, D., Pratama, Y., Hertati, L., Hendarmin, R., Syafri, L., & Munandar, A. (2022). Pkm Pengembangan Produk Lokal Singkong Menjadi Keripik Singkong Rasa Balado Khas Desa Petanang Program Mbkm Kkn Tematik. *Prima : Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 11–19. <https://doi.org/10.55047/prima.v2i1.326>
- Sari, R., Dianfitri As-Sanaj, T., Aji Pranoto, I., Adi Setiawan, D., Akhyar Rezqi Adesta, F., Khoerul Umam, I., Muhammad Ardan, R., Firman Danu, J., & Urba Ningrum, C. (2023). Pemberdayaan Masyarakat UMKM di Era Digital Melalui Kegiatan KKNDesa Sitiwinangun. *Journals Journal of Computer Science Contributions*, 3(1), 84–95.
- Sumarno, E., Susilo, W., Magfuroh, M., Adhewiyah, R., Amalia, P., & Yunus, M. (2022). Sosialisasi Digital Marketing Menuju UMKM Kreatif di Desa Sumber Kerang Kecamatan Gending KKN Universitas Panca Marga Probolinggo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(1), 284–290. <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/332><http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/download/332/277>