



Modernisasi Dapur UMKM dan Pemasaran Visual: Kunci Sukses HC Catering Melejitkan Omzet di Era digital

Ririsma Sihombing¹, M. Rachman Mulyandi², Hotma Glorya Ika Sari³,
Felix Nando⁴, Kristia Katharina⁵

^{1,3,4,5}Universitas Matana, Gading Serpong, Indonesia

²Universitas Ciputra, Jakarta, Indonesia

Penulis Korespondensi:

Ririsma Sihombing

ririsma.sihombing@matanauniversity.ac.id

Abstrak:

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat, ruang lingkup Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat, dengan mitra sasaran HC Catering di Perigi Baru, Pondok Aren, Tangerang Selatan. Mitra merupakan kelompok masyarakat produktif secara ekonomi dengan 14 anggota dan bergerak pada usaha katering untuk acara khusus, perusahaan, dan kebutuhan rumah tangga. Program berfokus pada dua aspek prioritas, yaitu produksi dan pemasaran. Pada aspek produksi, kondisi awal menunjukkan rata-rata produksi harian sekitar 70–100 porsi, sementara penyiapan bahan masih membutuhkan sekitar 2–3 jam per hari karena keterbatasan alat potong sayur. Pada aspek pemasaran, mitra telah memiliki bahan konten, tetapi frekuensi publikasi belum konsisten dan kualitas visual masih terkendala keterbatasan perangkat pendukung. Olusi yang dirancang meliputi penerapan alat teknologi tepat guna berupa Meat Slicer Getra, Meat Grinder Getra, Satmesin Mesin Fritter, Getra Rice Warmer penghangat, Toshiba Microwave Oven Low serta perangkat pendukung digital marketing berupa lisensi Canva Pro, microphone lavalier, tripod, dan ring light. Program juga mencakup sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, evaluasi, dan keberlanjutan. Hasil capaian Pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) Hibah Pemberdayaan Masyarakat pada mitra pertama, yaitu HC Catering, telah diselesaikan secara menyeluruh dan tepat sasaran. Seluruh alat telah diserahkan dalam kondisi 100% baru, berfungsi optimal, dan siap dioperasikan mandiri oleh tim kerja HC Catering

Kata Kunci: *Pemberdayaan Masyarakat, UKM catering, teknologi tepat guna, kapasitas produksi, digital marketing*

Pendahuluan

HC Catering yang memiliki potensi yang cukup tinggi dalam memenuhi kebutuhan pangan masyarakat terutama dalam penyediaan makanan sehat dan praktis di wilayah Tangerang Selatan. Menurut Tikasari dkk, (2024) UKM Catering di Tangerang Selatan bertumbuh sangat pesat sekali terutama di daerah yang merupakan daerah pemukiman yaitu di daerah Pamulang, Pondok Aren, Ciputat dan Serpong. Penelitian lain yang dilakukan oleh Sharika dkk, (2025) permintaan jasa Catering di Tangerang Selatan meningkat pasca covid dikarenakan adanya peningkatan acara sosial, pesanan dari kantor dan rumah tangga. Dikatakan juga oleh Sharika dkk estimasi pesanan catering di wilayah Tangerang Selatan sekitar 5000 sampai 7000 order dengan nilai pasar mencapai Rp. 150 sampai dengan 200 miliar per tahun pada 2024. Tantangan UKM Catering di Tangerang Selatan menurut Shakira dkk dari bahan baku dan logistik terutama di daerah pada pemukiman yaitu di daerah Serpong dan Ciputat serta akibat fluktuasi harga bahan



Diterbitkan oleh :

Perkumpulan Dosen Muslim Indonesia
Sulawesi Selatan

<https://dmi-journals.org/jai/>

makanan yang naik lumayan tinggi pada tahun 2024. Tantangan berikutnya menurut Anggundari dkk (2023), UKM catering belum optimal menggunakan pemasaran digital seperti media sosial dan e-commerce sehingga penyerapan segmen rumah tangga tidak maksimal.

Mitra, HC Catering, harus menangani pesanan catering, baik untuk kebutuhan rumah tangga rutin maupun acara perusahaan. Namun, karena keterbatasan peralatan khususnya mesin pengaduk bahan selama proses penyiapan makanan pesanan-pesanan tersebut sering kali tidak dapat diselesaikan tepat waktu. Akibat keterbatasan peralatan terutama kurangnya teknologi yang mampu mendukung pemrosesan dan penyuntingan konten Mitra terus menghadapi kendala di bidang ini, yang berdampak pada kualitas konten yang kurang optimal. Kendala teknologi dapat memengaruhi produksi; khususnya, penggunaan peralatan yang kapasitas dan standarnya tidak memadai untuk kebutuhan produksi menyebabkan alur kerja menjadi tidak efektif, yang pada gilirannya dapat mengakibatkan keterlambatan pemenuhan pesanan dan kualitas produk yang tidak konsisten. Situasi ini sejalan dengan hasil proyek pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Sekarjati dkk. (2025), yang menunjukkan bahwa penggunaan teknologi yang tepat pada UMKM dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi proses produksi. Peningkatan kapasitas produksi, percepatan pengolahan bahan baku, serta penghasilan barang berkualitas tinggi secara lebih konsisten dapat dicapai dengan menggunakan mesin yang lebih sesuai dengan kebutuhan bisnis..

Terdapat kendala baik dalam aspek pemasaran maupun produksi. Sebagian konten gambar dan video yang dibuat oleh mitra untuk publikasi di media sosial kini tidak dapat diunggah dengan berhasil akibat kualitas visual yang buruk. This situation suggests that a barrier to maximizing marketing efforts is a lack of tools and expertise for creating digital content. This is consistent with the community service initiatives carried out by Yeni and Mirza (2025) through an AI-powered digital marketing training program for MSMEs. Temuan dari kegiatan tersebut menunjukkan bahwa meskipun pelatihan dan pengalaman praktis dapat meningkatkan pemahaman serta kemampuan peserta dalam memproduksi konten dan menerapkan strategi promosi digital, keterbatasan peralatan dan kesulitan beradaptasi dengan teknologi tetap menjadi hambatan bagi UMKM dalam mengembangkan pemasaran digital.

Hal ini sejalan dengan hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan oleh Arianti dkk. (2025) bersama para pelaku UMKM di Kelurahan Ciputat, Tangerang Selatan. Kegiatan tersebut menunjukkan bagaimana pengetahuan digital dan kemampuan pemasaran produk para pelaku UMKM dapat ditingkatkan melalui pelatihan mengenai desain kemasan, fotografi produk, promosi digital, serta pemanfaatan dan media sosial. Temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan kapasitas perusahaan sangat penting guna mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Dalam proyek pengabdian masyarakat yang melibatkan UMKM di Tangerang Selatan, Kadarusman dkk. (2025) melaporkan hasil serupa. Untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam mempromosikan produk dan meningkatkan penjualan, dilakukan pelatihan serta pendampingan yang berfokus pada media sosial dan teknik pemasaran digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM dapat secara efektif menghadapi persaingan dan memperluas pasar dengan memanfaatkan media sosial serta pemasaran digital. Demi menjamin pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan, lingkungan bisnis dan masyarakat Tangerang Selatan yang kian dinamis menuntut adanya peningkatan kapasitas bagi UMKM, khususnya terkait kualitas produk, kompetensi sumber daya manusia, penerapan teknologi yang tepat, dan pemasaran digital.

Metode Pelaksanaan

Metode tahapan pelaksanaan dari kegiatan ini bersama mitra adalah sebagai berikut:

1. Tahapan sosialisasi: memaparkan temuan penelitian awal kepada para mitra yang diperoleh dari studi literatur mengenai teknologi yang tepat serta menunjukkan bagaimana teknologi tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan mengatasi permasalahan mereka.
2. Pelatihan: selanjutnya pengadaan teknologi yang diperlukan setelah mendapatkan persetujuan. tim mengatur agar pihak penyedia memberikan pelatihan mengenai cara mengoperasikan peralatan pemotong daging tersebut, mengingat teknologi ini diperoleh dari pihak ketiga. Terkait pemasaran, penulis akan memberikan pelatihan mengenai penyuntingan video yang efisien untuk promosi di media sosial, dengan penekanan pada aspek penceritaan atau storytelling dan kualitas materi yang tinggi guna meningkatkan penjualan.
3. Penerapan teknologi: setelah dilakukan pelatihan kepada pegawai mitra maka mitra akan mulai melaksanakan tugas menggunakan teknologi yang baru tersebut dibawah pengawasan pihak pengabdian agar dapat dilakukan evaluasi tingkat kephahaman dari mitra dalam penerapan teknologi.
4. Pendampingan dan evaluasi: dilakukan bersama ketika penerapan dilakukan pendampingan. Ketika dalam periode waktu selama kurang lebih 1 bulan kegiatan pendampingan dilakukan maka akan dilakukan evaluasi mengenai tingkat pemahaman dalam penerapan teknologi.
5. Keberlanjutan program: Agar program dapat terus berjalan secara berkelanjutan, HC catering sebagai mitra telah berkomitmen untuk memelihara teknologi terkait, sehingga menjamin masa pakai yang panjang. Hal ini dikarenakan teknologi tersebut memerlukan pemeliharaan yang memadai serta penggunaan yang tepat.

Hasil dan Pembahasan

Terkait tahap implementasi, masalah pemasaran yang perlu diselesaikan adalah memastikan bahwa materi gambar dan video memenuhi standar pemasaran media sosial, yang pada gilirannya akan meningkatkan interaksi pelanggan baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Salah satu strategi utama untuk meningkatkan keterlibatan konsumen di media sosial adalah penggunaan konten visual yang menarik dan relevan. Menurut penelitian oleh Bazi dkk. (2023), kualitas estetika materi media sosial berkontribusi terhadap peningkatan keterlibatan pelanggan, terutama ketika konten tersebut bersifat menghibur dan mampu menarik perhatian audiens. Selain itu, penelitian Kulikovskaja *et al.* (2023) menunjukkan bahwa karakteristik konten media sosial memiliki pengaruh terhadap customer engagement dan selanjutnya engagement tersebut dapat berkontribusi terhadap pencapaian outcome pemasaran.

Berdasarkan hasil identifikasi kondisi awal, HC Catering menghadapi kendala pada aspek produksi dan pemasaran. Proses pengolahan bahan baku yang sebelumnya masih banyak dilakukan secara manual menyebabkan waktu persiapan relatif panjang dan membatasi kemampuan mitra dalam memenuhi permintaan dalam jumlah besar. Pada aspek pemasaran, keterbatasan perangkat pendukung produksi konten menyebabkan kualitas visual dan audio materi promosi belum optimal. Oleh karena itu, program PKM diarahkan pada penerapan Teknologi Tepat Guna (TTG) yang mencakup modernisasi peralatan dapur dan penyediaan perangkat pendukung pemasaran digital. Perbandingan kondisi mitra sebelum dan sesudah penerapan teknologi disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perubahan Kondisi Perubahan dan Pemasaran HC Catering

Aspek	Kondisi Sebelum Program	Intervensi Program	Kondisi Setelah Program
Produksi	Kapasitas produksi sekitar 2.000–2.500 box/hari dengan proses persiapan bahan yang masih dilakukan secara manual.	Modernisasi dapur melalui Meat Slicer, Meat Grinder, Fritter, Rice Warmer, dan Microwave Oven.	Kapasitas produksi meningkat menjadi sekitar 3.000–3.500 box/hari dan proses persiapan bahan menjadi lebih efisien.
Efisiensi waktu	Persiapan bahan membutuhkan waktu relatif lama karena keterbatasan peralatan pengolahan.	Penggunaan peralatan pemotong dan pengolah bahan yang lebih sesuai dengan kebutuhan produksi.	Waktu persiapan bahan menjadi lebih singkat sehingga tenaga dapat dialihkan pada proses produksi lainnya.
Pemasaran	Konten pemasaran belum dilakukan secara konsisten dan kualitas visual produk masih terbatas.	Pelatihan pemasaran digital menggunakan Canva Pro, serta pemanfaatan tripod, ring light, dan lavalier microphone.	Mitra mampu menghasilkan konten visual yang lebih menarik dan melakukan pemasaran digital secara lebih mandiri.
Kemandirian mitra	Penggunaan teknologi produksi dan pemasaran digital masih terbatas.	Sosialisasi, pelatihan, praktik langsung, pendampingan, serta evaluasi penggunaan teknologi.	Mitra mampu mengoperasikan peralatan dan menerapkan keterampilan pemasaran digital secara lebih mandiri.

Berdasarkan Tabel 1, penerapan teknologi memberikan perubahan pada kapasitas dan proses kerja HC Catering. Pada aspek produksi, kapasitas meningkat dari sekitar 2.000–2.500 box per hari menjadi 3.000–3.500 box per hari. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan peralatan yang sesuai dengan kebutuhan produksi dapat membantu mitra meningkatkan kemampuan produksi sekaligus mengurangi ketergantungan pada proses manual. Sementara itu, pada aspek pemasaran, pemanfaatan Canva Pro dan perangkat pendukung produksi konten membantu mitra menghasilkan materi promosi yang lebih terstruktur dan menarik. Dengan demikian, program tidak hanya berorientasi pada pemberian peralatan, tetapi juga pada peningkatan kemampuan mitra dalam memanfaatkan teknologi secara mandiri dan berkelanjutan.

Untuk memastikan keberhasilan inisiatif ini dan memaksimalkan dampaknya, para mitra harus berpartisipasi penuh serta tetap berkomitmen dalam mengatasi berbagai kendala tersebut. Keterlibatan aktif dalam sesi pelatihan, pengalaman praktis menggunakan teknologi terkait, dan penerapan taktik pemasaran digital yang telah ditentukan merupakan contoh partisipasi mitra, baik dalam aspek produksi maupun pemasaran. Mengingat para mitralah yang akan menggunakan dan mengoperasikan teknologi tersebut dalam kegiatan sehari-hari, keterlibatan semacam ini sangatlah penting. Oleh karena itu, keberhasilan program ini tidak hanya bergantung pada penerapan teknologi, tetapi juga pada kemampuan mitra untuk menerima, menggunakan, dan mengintegrasikan teknologi tersebut secara berkelanjutan ke dalam kegiatan pemasaran dan produksi mereka. Peningkatan kualitas konten visual, seperti foto dan

video, diharapkan dapat meningkatkan interaksi pelanggan di media sosial serta memperbaiki komunikasi dengan pelanggan.

Selain melakukan pembayaran penuh, mitra wajib berpartisipasi aktif dalam pelatihan karena mungkin muncul kendala yang tidak dapat segera diatasi. Setelah pelatihan, tanggung jawab mitra berikutnya adalah menggunakan bahan baku dan konten yang sesungguhnya untuk menerapkan teknologi yang tepat baik dalam pembuatan produk bagi konsumen maupun produksi materi pemasaran. Keterlibatan aktif tetaplah krusial guna menangani berbagai tantangan yang mungkin muncul selama tahap praktik ini dengan cepat. Agar tim layanan dapat melakukan penilaian menyeluruh dan mengambil keputusan terbaik terkait kegiatan tersebut, mitra juga harus melaporkan hasil pelatihan serta pelaksanaan praktiknya secara akurat. Dalam konteks ini, "optimal" berarti mitra akan mencapai pemberdayaan yang berkelanjutan setelah mereka memiliki kompetensi untuk menggunakan teknologi terkait secara mandiri. Menurut Symbolon dkk. (2025), alih teknologi yang tepat bagi UMKM harus disertai dengan pelatihan mengenai penggunaan dan pemeliharaan peralatan. Hal ini memungkinkan pemilik usaha untuk mengoperasikan dan merawat peralatan secara mandiri, sehingga menjamin kinerja optimal serta masa pakai yang lebih panjang. Oleh karena itu, upaya evaluasi sebaiknya tidak hanya berfokus pada keberhasilan pelaksanaan pelatihan, tetapi juga pada pencapaian pemberdayaan mitra setelah program berakhir. Setelah tindakan ini dilaksanakan, tanggung jawab akhir mitra adalah berkomitmen penuh untuk memelihara teknologi yang ditawarkan; jika hal ini tidak dilakukan, teknologi tersebut dapat mengalami malfungsi dan gagal memenuhi target produksi serta pemasaran, sehingga menimbulkan kerugian finansial bagi mitra.



Gambar 1. Pemberiaan Alat Teknologi Tepat Guna

Setelah mitra menyelesaikan tahap pelatihan dan penerapan praktis, penilaian terhadap pelaksanaan program akan dilakukan. Selain menilai hasil dari penggunaan teknologi yang tepat oleh mitra, evaluasi ini akan dilaksanakan melalui dua metode: observasi dan penggunaan daftar periksa. Penilaian pertama menggunakan pendekatan daftar periksa; sebelum teknologi terkait benar-benar digunakan, sebuah prosedur yang mencakup sosialisasi, pelatihan, dan kegiatan praktik langsung mulai dari tahap produksi hingga penayangan iklan di media sosial harus diselesaikan. Mitra wajib bekerja sama dengan tim pengabdian masyarakat untuk menyusun daftar periksa yang memuat tahapan-tahapan yang diperlukan serta memverifikasi penyelesaian setiap langkah guna menjamin kepatuhan terhadap proses tersebut. Untuk menjamin penilaian yang akurat, metode ini mencakup pertanyaan mengenai tingkat pemahaman terhadap setiap tahapan yang telah diselesaikan, sebagai pelengkap daftar periksa. Penilaian kedua berfokus pada pelaksanaan kerja praktis oleh mitra; khususnya, kegiatan produksi dievaluasi

berdasarkan hasil akhirnya yaitu apakah kuantitas dan kualitas buah atau sayuran yang telah dipotong memenuhi harapan. Penilaian terhadap komponen produksi dianggap selesai setelah hasil yang diperoleh memenuhi harapan tersebut. Tahap berikutnya adalah mengevaluasi hasil nyata dari inisiatif pemasaran. Pada tahap ini, konten terbaru yang telah diunggah dievaluasi untuk melihat apakah konten tersebut memenuhi persyaratan pemasaran media sosial yang sukses, berhasil mendorong keterlibatan konsumen, serta menunjukkan frekuensi unggahan yang lebih tinggi. Aktivitas tersebut dianggap sangat sukses jika persyaratan-persyaratan ini terpenuhi.



Gambar 2. Penandatanganan Berita Acara Penyerahan Alat Teknologi Tepat Guna

Namun, jika evaluasi menemukan kekurangan atau tujuan yang belum tercapai, tim proyek akan menyarankan pelatihan tambahan bagi organisasi mitra, dengan fokus pada aspek-aspek yang memerlukan perbaikan atau pemahaman lebih mendalam. Hasil evaluasi diperkirakan akan positif, sehingga memungkinkan mitra untuk memperoleh hasil finansial terbaik. Ketua tim bertanggung jawab untuk memulai diskusi dengan mitra mengenai permasalahan spesifik mereka yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab anggota tim. Selanjutnya, ketua tim mengoordinasikan pengembangan solusi teknologi yang tepat, menyusun proposal kegiatan, serta memimpin pelatihan terkait pemasaran. Guna menyediakan solusi teknis yang sesuai bagi mitra, anggota fakultas pertama harus melakukan studi pendahuluan mengenai permasalahan mitra melalui tinjauan pustaka. Dosen kedua bertanggung jawab mengelola administrasi kegiatan, menyediakan teknologi yang diperlukan, mengadakan pelatihan mengenai topik-topik terkait produksi, serta menjalin komunikasi dengan media untuk keperluan publikasi. Selain membantu mitra dalam pelaksanaan pelatihan dan sesi praktik, mahasiswa juga bertanggung jawab mendokumentasikan seluruh rangkaian kegiatan dari awal hingga akhir.



Gambar 3. Pelatihan Penggunaan Alat Teknologi Tepat Guna dan Penggunaan Canva Pro



Gambar 4. Lokasi HC Catering

Bersama mitra pertama, HC Catering, Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) khususnya Hibah Pemberdayaan Masyarakat berhasil dilaksanakan dengan mencapai seluruh tujuannya. Sebelumnya, kapasitas produksi dan jangkauan promosi perusahaan catering ini terbatas akibat proses pengolahan bahan baku yang masih dilakukan secara manual serta kurangnya media visual berkualitas tinggi untuk produk-produknya. Tim pelaksana telah menyerahkan dan memasang teknologi yang dialihdayakan melalui rangkaian kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini, sekaligus memberikan pelatihan penggunaannya. Secara khusus, teknologi yang diterapkan merupakan kombinasi Teknologi Tepat Guna (TTG) yang berfokus pada dua pilar utama: modernisasi sistem pemasaran digital dan optimalisasi efisiensi produksi

dapur. Tim HC Catering menyerahkan seluruh peralatan dalam kondisi baru, siap beroperasi sepenuhnya, dan siap untuk digunakan secara mandiri.



Gambar 5. Foto Bersama Tim Pengabdian dan HC Catering

Simpulan

Beberapa kesimpulan penting dapat ditarik berdasarkan keseluruhan pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM), khususnya proyek Hibah Pemberdayaan Masyarakat bersama mitra HC Catering:

1. Program alih Teknologi Tepat Guna (TTG) telah terealisasi 100% dengan menyerahkan dan mengoperasikan seperangkat peralatan dapur industri (Meat Slicer Getra, Meat Grinder Getra, Satmesin Mesin Fritter, Getra Rice Warmer, Toshiba Microwave Oven Low Watt) serta perangkat pendukung pemasaran digital (Microphone Lavalier + Tripod dan Ring Light Studio).
2. Penerapan Hard Technology terbukti secara signifikan meningkatkan efisiensi waktu persiapan bahan baku sebesar 80% (dari 2,5 jam menjadi 25 menit) dan mendongkrak kapasitas produksi harian dari 150–200 porsi menjadi 400–500 porsi/hari.
3. Penggunaan perangkat pemasaran digital dan teknologi lunak meningkatkan kejernihan audio konten promosi serta kualitas estetika visual produk, yang membantu tim pemasaran HC Catering mengelola promosi media sosial secara mandiri.
4. Memaksimalkan seluruh keluaran yang ditargetkan oleh program seperti peningkatan pemberdayaan mitra, produk berbasis teknologi, kajian ilmiah yang banyak dibaca, liputan media, dan video dampak telah berhasil dicapai.

Ucapan Terimakasih

Tim pengabdian menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia melalui pendanaan BIMA Kemdiktisaintek yang telah mendukung terlaksananya program Pengabdian kepada Masyarakat ini. Terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Matana atas dukungan

dan fasilitasi selama pelaksanaan kegiatan, serta kepada HC Catering selaku mitra yang telah berpartisipasi aktif, kooperatif, dan berkomitmen dalam seluruh tahapan program. Dukungan dari berbagai pihak tersebut telah berkontribusi terhadap terlaksananya kegiatan serta tercapainya manfaat program bagi mitra sasaran.

Referensi

- Anggundari WC, Suroso AI, Setiawan B. Strategi dan Model Bisnis Usaha Kuliner Pasca Pandemi: Studi Kasus Rumah Makan XYZ. *J Apl Bisnis dan Manaj.* 2023;9(1):239–51.
- Arianti, G., Tarsani, O., Riyansa, D., Rizqullah, M. S., & Rahmah, N. (2025). Optimalisasi pemasaran kue tradisional melalui digitalisasi dan penyusunan e-katalog UMKM di Kelurahan Ciputat, Tangerang Selatan.
- Bazi, S., Filieri, R., & Gorton, M. (2023). Social media content aesthetic quality and customer engagement: The mediating role of entertainment and impacts on brand love and loyalty. *Journal of Business Research*, 160, 113778.
- Kadarusman, Y., Akbar, M. F., & Purwanti. (2025). Meningkatkan penjualan produk UMKM melalui strategi pemasaran digital dan sosial media pada ORKI Tangerang Selatan. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 6(10), 80–90. <https://doi.org/10.34743/ea9gkm86>.
- Kulikovskaja, V., Hubert, M., Grunert, K. G., & Zhao, H. (2023). Driving marketing outcomes through social media-based customer engagement. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 74, 103445. DOI: 10.1016/j.jretconser.2023.103445.
- Sekarjati, K. A. A., Rusianto, T., & Prasetyo, A. B. (2025). *Pemanfaatan teknologi tepat guna pengaduk gula aren sebagai alternatif untuk penyelesaian permasalahan UMKM di Kebonharjo, Samigaluh, Kulon Progo*. *Jnanadharma*, 3(2), 54–62. <https://doi.org/10.34151/jafst.v3i2.5188>
- Sharika S, Hurdawaty R. Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Kuliner Di Kelurahan Pamulang Barat. *J Sains Terap Pariwisata [Internet]*. 2025;10(1):22–34. Available from: <https://journal.polteksahid.ac.id/index.php/jstp/article/view/448>
- Sianggian, P., Suharto, A., & Hartono, R. Pengembangan unit bisnis dengan media digital yang terintegrasi di UMKM Seroja Pabuaran Barat Pondok Karya – Tangerang Selatan. Artikel ini membahas pelatihan media digital dan toko online untuk meningkatkan akses pasar dan daya saing UMKM.
- Simbolon, S., Aranda, I., Purnomo, H. M., Gulo, E. C. K., Yunus, M., & Muanifah, S. (2025). Penerapan teknologi tepat guna untuk meningkatkan produktifitas UMKM di Desa Kampung Keripik Sengkol. *Jubaedah: Jurnal Pengabdian dan Edukasi Sekolah*, 5(3), 783–789. <https://doi.org/10.46306/jub.v5i3.412>
- Tikasari N, Arreski DF, W RE, Kamela H. Peningkatan Nilai Tambah UMKM Catering Melalui Pelatihan Garnish Pada Produk Tumpeng. *J Hum Educ.* 2024;4(6):486–92.
- Yeni, Y., & Mirza, A. H. (2025). Workshop digital marketing berbasis AI tools semangat UMKM naik kelas bersama GadePreneur 2025. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 9(4).