

Revitalisasi Industri Keripik Berbasis Digital Untuk Mengoptimalkan Perekonomian Masyarakat

Zulkifli Sultan^{1*}, Abdul Rahman Rahim², Muhammad Sulaiman³

^{1, 2, 3} Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Indonesia

*corresponding author: zulkifli_sultan@ecampus.ut.ac.id

Received 28-05-2024

Revised 31-05-2024

Accepted 07-06-2024

ABSTRAK

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mitra usaha dalam pemasaran digital dan produksi keripik pisang. Mengingat bahwa saat ini Provinsi Sulawesi Selatan merupakan wilayah penghasil pisang terbesar, sehingga dengan peluang tersebut dapat memanfaatkan pisang menjadi produk digemari Masyarakat dengan memberikan value. Salah satu valuenya adalah membuat keripik pisang yang memiliki berbagai rasa, apalagi keripik pisang dapat dikonsumsi oleh segmen usia muda maupun tua. Metode yang digunakan pada pengabdian ini dengan proses analisis kebutuhan, pendampingan yang sekaligus mengedukasi mitra, hingga evaluasi melalui penyebaran kusioner dan wawancara. Hasil pengabdian ini mampu meningkatkan penjualan dan memaksimalkan proses pemasaran usaha secara digital, kehadiran tim PKM Universitas terbuka memberikan pengalaman yang banyak sehingga penjualan mitra telah meningkat signifikan dan pemasaran digital telah dilakukan untuk menginformasikan produk keripik pisang uchiips. Selain itu penjualan mitra yang meningkat perekonomian Masyarakat melalui terbukanya lapangan kerja.

Kata kunci: Keripik Pisang; Keterampilan; Pemasaran digital; Perekonomian Masyarakat

ABSTRACT

This activity aims to improve the capabilities of business partners in digital marketing and banana chips production. Bearing in mind that currently, South Sulawesi Province is the largest banana producing region, with this opportunity we can utilize bananas to become a popular product for the community by providing value. One of the values is making banana chips that have various flavors, especially since banana chips can be consumed by young and old age segments. The method used in this service is a needs analysis process, mentoring which also educates partners, and evaluation through distributing questionnaires and interviews. The results of this service were able to increase sales and maximize the digital business marketing process. The presence of the Open University PKM team provided a lot of experience so that partner sales increased significantly, and digital marketing was carried out to inform about uchiips banana chips products. Apart from that, partner sales increase the community's economy by opening up job opportunities.

Keywords: Banana Chips; Skills; Digital marketing; Community Economy

PENDAHULUAN

Keripik merupakan jajanan tradisional khas Indonesia yang terbuat dari berbagai bahan seperti ikan, udang, singkong, pisang dan lain-lain. Revitalisasi industri keripik dapat menjadi salah satu cara untuk memberdayakan perekonomian lokal dan masyarakat (Ismail et al., 2022). Tentunya berbasis digital untuk mengoptimalkan perekonomian masyarakat dapat dicapai dengan memanfaatkan teknologi (Zhu et al., 2023). Salah satu tantangan dalam industri keripik adalah penggunaan tenaga kerja manual, yang dapat memperlambat produksi. Sehingga pemanfaatan teknologi dan infrastruktur dapat membantu menyederhanakan proses produksi dan meningkatkan

efisiensi. Industri keripik dapat mengeksplorasi model bisnis, produk, dan layanan baru yang memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan komunitas. Oleh karena itu, industri keripik dapat meningkatkan operasional dan proses produksinya menjadi lebih efisien dan kompetitif. Melalui inovasi, masyarakat dapat direvitalisasi dan dipersiapkan menghadapi era digital (Cen et al., 2022). Untuk bersiap menghadapi era digital, masyarakat perlu mengembangkan tenaga kerja terampil yang dapat beradaptasi dengan proses dan teknologi baru. Untuk menarik bisnis dan investasi baru, masyarakat perlu memiliki infrastruktur yang diperlukan.

Pencapaian revitalisasi industri bergantung pada digitalisasi yang berarti industri keripik dapat memanfaatkan teknologi digital seperti Internet, big data, kecerdasan buatan, dan robotika untuk mengoptimalkan operasi dan proses produksinya (Luo et al., 2023). Digitalisasi dapat dimanfaatkan untuk merevitalisasi industri keripik dan mengoptimalkan perekonomian masyarakat. Dengan merangkul digitalisasi, peningkatan industri, kewirausahaan dan inovasi, pengembangan tenaga kerja, dan pembangunan infrastruktur, industri keripik dapat menjadi lebih kompetitif, efisien, dan berkelanjutan (Tjiptady et al., 2021). Salah satu pengusaha di Kelurahan Summersari mengelola keripik tempe telah berhasil menerapkan digital dalam proses pemasarannya, selain itu dengan menerapkan teknologi proses respon dan penghematan biaya dalam melayani pelanggan lebih optimal seperti menggunakan chatbox berbasis AI. Optimalisasi usaha keripik dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Optimalisasi tersebut dapat dilakukan dengan perbaikan produksi dan pemasaran, optimalisasi pengemasan, dan optimalisasi penggunaan faktor produksi (Mujahida Baharuddin et al., 2023).

Globalisasi telah memberikan dampak positif dan negatif terhadap perekonomian masyarakat (Cahaya Suci et al., 2015). Meskipun hal ini telah meningkatkan akses pasar dan memungkinkan optimalisasi produksi dan pemasaran, hal ini juga dapat menyebabkan ketimpangan pendapatan dan berdampak negatif terhadap lingkungan (Dhasman, 2019). Oleh karena itu, penting bagi pengusaha keripik untuk menyusun strategi yang dapat memaksimalkan dampak positif globalisasi (Mujahida Baharuddin et al., 2023). Saat terjadi pandemic Covid-19 dulu para pelaku UMKM maupun industri rumah tangga mengalami penurunan pendapatan dengan ditandai oleh penurunan penjualan yang mengakibatkan turunnya pula tingkat produksi pelaku tersebut (Nurjanah et al., 2023). Saat itu agar pelaku UMKM bisa bertahan dengan memaksimalkan penjualan secara online atau go digital (Abdurrahman Naufal et al., 2021), tentunya sejalan dengan kegiatan pengabdian yang akan dilakukan saat ini terkait revitalisasi industri khususnya untuk usaha keripik yang merupakan snack yang enak dikonsumsi saat santai. Tentunya mendorong industri keripik untuk melakukan revitalisasi dengan memanfaatkan teknologi digital. Persaingan usaha keripik apalagi bahan baku dari pisang yang semakin ketat dan menjadi tantangan tersendiri bagi para pengusaha keripik untuk melakukan inovasi dalam persaingan dengan menggunakan platform digital untuk mempromosikan produk melalui media sosial karena hal tersebut meningkatkan interaksi dengan konsumen (Cahyo Parasetya et al., 2023). Untuk bersaing di pasar, pengusaha keripik dapat melakukan diversifikasi produk, menyusun strategi pemasaran, dan memanfaatkan teknologi (Yusril Shobirin, 2017). Teknologi dapat dimanfaatkan dalam revitalisasi bisnis

keripik melalui peningkatan efisiensi produksi, optimalisasi pengemasan, pemasaran digital, dan digitalisasi proses bisnis tentunya tidak terlepas dari peran SDM yang mampu menerapkan teknologi terbaru seperti AI sehingga penting meningkatkan SDM melalui pelatihan (Fajriyani et al., 2023). Strategi tersebut dapat membantu meningkatkan daya saing industri keripik dan meningkatkan perekonomian masyarakat (Ningsih et al., 2012).

Masalah yang dialami UMKM saat ini adalah metode pemasarannya yang masih manual, karena dipasarkan hanya melalui agen penjual keripik dan perluasan usaha belum bekerjasama secara legal dengan toko oleh-oleh atau café. Selain itu penggunaan teknologi dalam memasarkan belum difungsikan untuk dijual secara online di marketplace atau sejenisnya. Hal tersebut karena SDM yang dimiliki masih belum memiliki keahlian untuk menjalankan metode tersebut dan fasilitas umum untuk menjalankan hal itu belum tersedia. Selain itu, pencatatan laporan keuangan masih manual sehingga perlu juga adanya informasi dan peningkatan agar proses penyusunan laporan keuangan sudah menggunakan sistem sehingga laporan keuangannya jauh lebih tepat.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini yaitu analisis, pendampingan dan memberikan pelatihan. Proses analisis merupakan Langkah untuk melihat kekurangan dan kelebihan yang dimiliki mitra. Proses pendampingan akan dimulai pada proses awal saat pengelolaan bahan baku selanjutnya memproduksi hingga terjual. Hasil tersebut melakukan diskusi kepada mitra untuk mulai membuat skema dan target-target perencanaan. Selanjutnya akan dilakukan pelaksanaan pelatihan kepada mitra, pelatihan tersebut dengan mempersentasikan beberapa langkah-langkah strategis yang berhubungan dengan peningkatan SDM dalam memanfaatkan teknologi dalam digital pemasaran.

Langkah terakhir dengan melakukan evaluasi ke mitra, kegiatan ini untuk mengukur bagaimana hasil proses pendampingan dan pelatihan yang telah dilakukan sebelumnya. Alat ukur untuk evaluasi dengan memberikan beberapa pertanyaan menggunakan kuesioner untuk melihat dampaknya apakah signifikan atau tidak. Uji signifikansi secara kuantitatif melalui prosedur statistik menjadi cara untuk melihat seberapa tinggi tingkat pemahaman pegawai mitra dan pemanfaatan media sosial yang disampaikan. Selain itu, tim melakukan proses observasi dan wawancara dengan beberapa pegawai selama kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan. Wawancara dan observasi dilakukan untuk menggali-hal-hal secara kualitatif dan mendalam yang tidak dapat diperoleh hasilnya jika hanya sekedar melalui penyebaran kuesioner kepada pegawai, jadi melakukan wawancara kepada informan utama yaitu pemilik usaha, yang intinya melihat perubahan yang diterima setelah mendapatkan pelatihan dan pendampingan.

- a. Analisis kebutuhan, pelaksanaan analisis ini dalam rangka melihat kekurangan yang dimiliki oleh Mitra dan sejauhmana kelebihan yang ada menjadi sebuah

- peluang untuk meningkatkan pemasaran produk. Metode yang akan dilakukan dengan interview langsung dengan mitra usaha melalui zoom meeting.
- b. Pendampingan dan Edukasi, tim pengabdian ini yang akan melakukan pendampingan adalah dosen yang sebelumnya sudah memiliki sertifikat pendampingan UMKM yang memiliki pengalaman dalam kegiatan usaha dan direncanakan dilakukan selama 1 (satu) hari. Selanjutnya edukasi secara langsung dengan memberikan masukan kepada SDM mitra agar dalam proses peningkatan produksinya sudah mampu menggunakan teknologi terutama dengan media online untuk memasarkan produk.
 - c. Evaluasi, tim pengabdian akan melakukan proses evaluasi kepada seluruh anggota mitra untuk melihat perkembangan yang sudah dihasilkan setelah memperoleh pendampingan dan pelatihan. Penyebaran kusioner melalui google form dengan menggunakan pengukuran kepuasan masyarakat dengan skala likert 1 = Tidak baik, 2 = Kurang Baik, 3 = Cukup Baik, 4 = Baik, dan 5 = Sangat Baik. Kusioner tersebut akan disebarkan kepada pekerja mitra usaha yang tentunya akan dilakukan analisis frekuensi untuk melihat kepuasan mitra terhadap proses pelaksanaan pengabdian tersebut. Analisis data yang akan digunakan menggunakan alat analisis SPSS.

HASIL KEGIATAN

1. Analisis kebutuhan

Pelaksanaan ini dilaksanakan dengan beberapa rangkaian sesuai dengan metode yang telah disusun sebelumnya. Dimulai dari proses Ketua Tim Pengabdian Kepada Masyarakat mengadakan pertemuan online dengan mitra usaha dan tim adminnya dalam rangka untuk mengidentifikasi capaian usaha yang dijalankan selama ini. Proses ini merupakan tahap awal yang dilakukan untuk memperoleh informasi, sehingga Tim PKM dalam proses dilapangan mampu secara efektif memberikan solusi kepada mitra usaha.

Beberapa hasil analisa yang telah didiskusikan oleh Ketua PKM dengan mitra usaha terkait kekurangan dan kelebihan sebagai berikut:

- a. Kelebihan Mitra Usaha
 - 1) Memiliki tempat usaha milik pribadi
 - 2) Memiliki kebun tempat menghasilkan bahan baku
 - 3) Memiliki tenaga kerja yang solid (mempekerjakan keluarga)
 - 4) Lokasi usaha strategis karena berada wilayah pasar desa
- b. Kekurangan Mitra Usaha
 - 1) Proses pencatatan keuangan masih manual
 - 2) Pemasaran online tidak ada (penjualan secara langsung)
 - 3) Tampilan Packing produk kurang menarik
 - 4) Perlengkapan dan tempat persediaan yang tidak memadai

2. Pendampingan

Berdasarkan pembahasan tersebut diatas, Tim PKM melakukan langkah Langkah untuk melakukan pendampingan kepada Mitra Usaha. Pada tanggal 23 April 2024, Tim PKM melakukan kunjungan ke lokasi mitra usaha untuk melihat secara langsung proses produksi. Pertama pada proses pengambilan bahan baku, Tim PKM turun langsung ke kebun mitra untuk melihat area tempat menghasilkan bahan utama keripik yaitu pisang. Pada proses ini membutuhkan 2 (dua) orang tenaga kerja, 1 orang yang berfungsi menahan batang posong pisang dan 1 orang lagi memotong tangkai pisang karena pohon pisang yang dimiliki mitra rata rata tingginya 3-5 meter.



Gambar 1. Proses pengambilan pisang dikebun pribadi mitra usaha

Jenis pisang yang dimiliki mitra usaha adalah pisang raja, umumnya jenis pisang yang dibuat menjadi keripik adalah pisang kepok, pisang raja dan pisang tanduk. Selanjutnya pisang tersebut dikupas dan dibersihkan dengan menggunakan air mengalir untuk menghilangkan getahnya.



Gambar 2. Proses pengupasan, pemotongan dan packing keripik pisang

pada tahap kedua, setelah pisang dibersihkan dengan baik pekerja mulai memotong/mengiris pisang tersebut dengan alat yang masih manual. Proses memotong/mengiris tersebut dengan ukuran yang harus tipis agar keripik yang dihasilkan lebih garing. Setelah itu digoreng dalam wajan yang cukup besar dan pisang yang sudah digoreng ditiriskan minyaknya lalu dimasukkan kedalam wadah yang sudah disiapkan. Ketiga, pada tahap ini proses akhir yaitu memasukkan pisang ke kemasan masih tradisional. Saat ini mitra usaha memiliki 3 (tiga) rasa yaitu original, balado dan jagung bakar. Masing masing rasa memiliki wadah yang harus dibedakan tidak tercampur dengan rasa yang lain untuk menjaga nilai dari rasa produk tersebut. 1 (satu) pcs memiliki berat 100gram, Mitra masih menggunakan timbangan yang masih sangat manual.

Pada tanggal 6 Mei 2024, Tim PKM mengunjungi kembali mitra usaha untuk menyerahkan beberapa perlengkapan yang dibutuhkan dalam rangka peningkatan proses pemasarannya baik secara langsung mengingat lokasi mitra berada didekat dengan wilayah pasar desa sehingga dengan adanya alat peraga dapat memberikan penanda kepada calon pembeli terkait dengan produk yang dimiliki. Selanjutnya dalam rangka menjaga proses produksi, tim PKM memberikan beberapa kemasan yang lebih menarik dan memudahkan dalam proses packing. Penyerahan beberapa perlengkapan tersebut diterima langsung oleh owner usaha keripik pisang Uchips yaitu Nurmadina Suci yang disaksikan oleh tim PKM dan para tenaga kerja.



Gambar 3. Penyerahan Perlengkapan Pemasaran dan Produksi kepada Mitra

Pelaksanaan pendampingan tersebut menjadi peran penting dalam proses mendorong mitra usaha UMKM dalam mengembangkan usahanya untuk jauh lebih berkembang dan tentunya berkelanjutan. Pendampingan diperlukan karena perannya yang sangat signifikan dalam meningkatkan kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Berbagai penelitian dan program pendampingan telah dilakukan untuk meningkatkan kemampuan dan keberdayaan UMKM, terutama dalam aspek pemasaran, produksi, dan manajemen keuangan. Pendampingan UMKM dapat membantu meningkatkan kompetensi sumber daya manusia, dan memfasilitasi

pertumbuhan dan perkembangan kegiatan usaha dengan baik (Aprica Isabella & Novilasari Sanjaya, 2022; Nurrohma et al., 2023; Seftianti & Aziz, 2021).

Pendampingan UMKM juga dapat membantu meningkatkan kemampuan UMKM dalam menghadapi perubahan pasar dan meningkatkan kemampuan mereka dalam mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif (Tjiptady et al., 2020). Dalam pendampingan, Tim PKM dapat membantu UMKM dalam mengembangkan identitas usaha yang lebih baik, seperti membuat banner usaha, logo usaha, poster, dan label produk yang menarik (Ika Sari & Hafi Idhoh Fitriana, 2024). Seperti halnya yang telah dilakukan oleh Tim PKM Universitas Terbuka yang telah mengarahkan mitra usaha untuk membuat alat peraga seperti namebox, x banner, merubah kemasan dan memasarkan produk melalui tiktok dan Instagram.

3. Evaluasi

Selanjutnya pada tahapan evaluasi pelaksanaan PKM, tim menyebarkan kusioner (google formulir: <https://forms.gle/btuWfENFVMkS3hGS9>) pertanyaan kepada mitra usaha dan para tenaga kerjanya untuk memperoleh informasi apakah proses pelaksanaan dan pendampingan yang telah dilakukan oleh Tim PKM UT memberikan kontribusi terhadap mitra. Hasil pengisian kusioner tersebut diolah menggunakan SPSS dengan analisis deskripsi statistic untuk melihat frekuensi jawaban responden, *Descriptive statistics* memiliki peran penting dalam analisis data dan membantu dalam memahami karakteristik, pola, dan relasi dalam data, sehingga membantu dalam pengambilan keputusan dengan memberikan gambaran yang jelas tentang data.

Pengukuran dalam proses evaluasi ini dengan menggunakan indikator kepuasan masyarakat, indikator dari Kepuasan Masyarakat (IKM) adalah suatu alat ukur yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana kesuksesan sebuah program, terutama program *Corporate Social Responsibility* (CSR). IKM ini menilai tingkat kepuasan masyarakat yang menjadi sasaran program CSR, membandingkan ekspektasi masyarakat dengan capaian program. Dengan demikian, perusahaan dapat mengetahui sejauh mana ekspektasi masyarakat terhadap sebuah program telah tercapai (Dea Damayanti et al., 2019). Adapun indikator kepuasan yang digunakan dan hasil evaluasi pengukurannya sebagai berikut:

Tabel 1. Deskripsi Responden atas Kepuasan

No	Indikator	TB		KB		CB		B		SB		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Reabilitas	-	-	-	-	-	-	1	14.3	6	85.7	4.87
2	Kesopanan	-	-	-	-	-	-	-	-	7	100	5
3	Responsif	-	-	-	-	-	-	-	-	7	100	5
4	Bukti fisik	-	-	-	-	-	-	-	-	7	100	5
5	Komunikasi	-	-	-	-	-	-	-	-	7	100	5
6	Tanggungjawab	-	-	-	-	-	-	-	-	7	100	5
7	Kompetensi	-	-	-	-	-	-	1	14.3	6	85.7	4.87

Sumber: data olahan, 2024

Berdasarkan data diatas, menunjukkan bahwa secara keseluruhan pelaksanaan PKM yang dilakukan memberikan kepuasan dengan sangat baik. Selain dari proses evaluasi terkait dengan kepuasan tersebut, tim PKM telah melihat perkembangan signifikan dari proses pemasaran dan produksi dari mitra usaha berkaitan dengan pemasaran digital. Saat ini pemasaran digital merupakan hal sangat penting bagi para pelaku usaha UMKM, Digital marketing memberikan harapan bagi UMKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi, terutama di tengah perlambatan ekonomi yang terjadi saat ini. Dengan menggunakan strategi pemasaran digital, UMKM dapat meningkatkan penjualan, mengurangi biaya promosi, dan menjangkau konsumen dalam skala yang lebih luas (Choirina et al., 2022). Saat ini, UMKM dapat meminimalkan biaya promosi dengan memanfaatkan platform online seperti media sosial, email, dan situs web yang profesional dan informatif (Utami & Sunrawali, 2022). Oleh karena itu berdasarkan hasil evaluasi, mitra telah menggunakan instagram dan tiktok dalam memasarkan produknya.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Mereka berkontribusi secara signifikan dalam pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, dan pengurangan ketimpangan sosial. Kondisi tersebut sangat memungkinkan karena keberadaan UMKM sangatlah banyak dalam perekonomian Indonesia, serta memiliki keunggulan dalam bidang yang memanfaatkan sumber daya alam (Vinatra et al., 2023). Seperti halnya yang dilakukan mitra saat ini dari hasil informasi dari mitra usaha melalui interview bahwa saat ini penjualan dari produknya mengalami peningkatan yang signifikan. Sebelum pelaksanaan PKM dalam sehari bisa melakukan penjualan sebanyak 20 pcs keripik saja, setelah dilakukan PKM oleh tim UT saat ini penjualan 95 pcs dalam sehari karena terjual secara langsung di toko dan penjualan melalui pemesanan di media sosial. Mitra usaha secara langsung dan berdasarkan hasil kepuasan, menyatakan bahwa manfaat yang diterima dari proses PKM yang dilakukan oleh Universitas Terbuka meningkatkan penjualan dari produk. Hasil penjualan tentunya juga memberikan dampak perekonomian sekitar, seperti lapangan kerja dan Masyarakat sekitar yang memiliki bahan baku pisang dapat dijual ke mitra usaha untuk dijadikan stock bahan baku.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pada pengabdian ini, dapat disimpulkan bahwa hasil analisis kebutuhan mitra usaha, memiliki kekurangan dari segi pemanfaatan teknologi dalam proses pemasaran dan produksi yang fasilitas dimiliki masih sangat manual sehingga mitra memahami Langkah apa saja nantinya yang harus dilakukan untuk meminimalkan kekurangan tersebut dengan meningkatkan kelebihan yang dimiliki saat ini. Selain itu pada tahapan pendampingan, proses produksi dari pengambilan bahan baku, lalu proses pembersihan bahan baku, proses pemotongan/pengirisan pisang, proses penggorengan hingga memasukkan keripik ke kemasan sudah sesuai dengan standar umumnya membutuhkan waktu sekitar 5 (lima) jam sehingga membutuhkan peralatan-peralatan yang lebih baik sehingga mempercepat proses produksi mengingat ketika nantinya penjualan

meningkat. Selanjutnya tahapan evaluasi, melalui proses penyebaran kusioner dan wawancara menyatakan bahwa dengan kehadiran tim pengabdian ini memberikan banyak manfaat dan hasilnya sangat baik terhadap proses pengelolaan usaha mitra.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan banyak terima kasih kepada LPPM Universitas Terbuka atas pendanaan yang telah diberikan untuk mensukseskan kegiatan pengabdian pada tahun 2024. Selain itu diucapkan banyak terima kasih kepada Mitra Usaha Keripik Pisang Uchips yang telah memberikan kesempatan kepada tim pengabdian untuk dapat berbagi keilmuan dan pengalaman dalam pemasaran digital yang saat ini sangat dibutuhkan banyak elemen kehidupan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Naufal, A., Ramadan, D., Pratama Anggayana, D., Sartika, N., & Djati Bandung, G. (2021). *Analisis Potensi dan Diskusi Solusi Kendala UMKM Pabrik Kerupuk Terdampak Pandemi di Desa Batukarut* (Issue 66). <https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/Proceedings>
- Aprica Isabella, A., & Novilasari Sanjaya, P. (2022). Efektivitas Pendampingan Konsultan Pendamping Umkm Terhadap Kinerja Umkm: Studi Kasus Pada UMKM Kabupaten Mesuji. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(2).
- Cahaya Suci, S., Asmara, A., & Mulatsih, S. (2015). The Impact of Globalization on Economic Growth in ASEAN. *Internayional Journal of Administrative Science and Organization*.
- Cahyo P. B., Salsabela, M., Zaenari Fadianingtyas, A., Zaki Maulana, M., Sulistiani, D., Febiana, M., Najafami, M., Setyadi Kurniawan, E., & kunci, K. (2023). Inovasi Packaging dan Promosi Digital Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Pengrajin Gula Aren. *Jurnal Gerakan Mengabdikan Untuk Negeri*, 2(1), 27–32. <https://doi.org/10.37729/gemari.v2i1.4264>
- Cen, T., Lin, S., & Wu, Q. (2022). How Does Digital Economy Affect Rural Revitalization? The Mediating Effect of Industrial Upgrading. *Sustainability (Switzerland)*, 14(24). <https://doi.org/10.3390/su142416987>
- Choirina, P., Tjiptady, B. C., Fadliana, A. F., Rohman, M., Wahyudi, F., & Darajat, P. P. (2022). Peningkatan marketing UMKM dengan pelatihan desain grafis untuk karang taruna Desa Plandi, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(1), 8-16.
- Dea D. L., Rai Suwena, K., Akhmad Haris, I., Pendidikan Ekonomi, J., & Ekonomi, F. (2019). Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik Berdasarkan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Kantor Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng. In *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* (Vol. 11, Issue 1).

- Dhasman, M. (2019). Ekuilibrium Globalization and Its Impact On Economic Growth: Evidence From Asean Countries. *Ekuilibrium: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 14, 104–119.
- Fajriyani, D., Fauzi, A., Kurniawati, M. D., Yudo, A., Dewo, P., Fahri Baihaqi, A., Nasution, Z., & Penulis, K. (2023). Tantangan Kompetensi SDM dalam Menghadapi Era Digital (Literatur Review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)*, 4(6). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v4i6>
- Ika S. L., & Hafi Idhoh Fitriana, N. (2024). Peran Fasilitator Pendampingan Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Nasabah BTPN Syariah di Kecamatan Wongsorejo Banyuwangi Jawa Timur. *JIPM: Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 2(1). <https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v2i1.764>
- Ismail, S., Saputra, W., Baisan, P., Faturrohman, G., Vanyza, Kartika, B., Padliyah, S. M., Ananda, S. M., Kiram, S., Jauzi, N. A., Riayatsyah, E., & Abrar, K. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Desa Krueng Tunong Aceh Jaya Melalui Usaha Kerupuk Udang Berbasis Komoditas Lokal. *MEUSEURAYA - JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 59–69. <https://doi.org/10.47498/meuseuraya.v1i2.1383>
- Luo, G., Yang, Y., & Wang, L. (2023). Driving rural industry revitalization in the digital economy era: Exploring strategies and pathways in China. *PLoS ONE*, 18(9 September). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0292241>
- Mujahida B. S., Seri Suriani, & Kurniawaty. (2023). Optimalisasi Produksi Dan Pemasaran UKM Kerupuk Amplang Ikan Bandengdi Kelurahan Takkalasi, Kabupaten Barru Sulawesi Selatan. *Communnity Development Journal*.
- Ningsih, T., Hari Wisudo, S., Huseini, M., Poernomo, A., Wiji Nurani, T., Kelautan dan Perikanan, K., Pemanfaatan Sumber Daya Perikanan, D., Perikanan, F., Pertanian Bogor, I., Besar Universitas Indonesia, G., & pada Badan Litbang Kelautan dan Perikanan, P. (2012). *Keunggulan Kompetitif UKM Sentra Pengolahan Kerupuk Ikan dan Udang di Indramayu Berbasis Sumber Daya The Competitive Advantage of SMEs Fish and Shrimp Crackers Processing Center in Indramayu by Resource Based View* (Vol. 7, Issue 1). <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/>
- Nurjanah, R., Mustika, C., Ainun, A., Prodi, N., Pembangunan, E., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Analisis produksi dan pendapatan pelaku usaha kerupuk udang sebelum dan semasa pandemi covid-19 di Kelurahan Tanjung Solok Kecamatan Kuala Jambi. In *Jurnal Paradigma Ekonomika* (Vol. 18, Issue 1).
- Nurrohma, S. L., Hasan, F., & Sintiawati, N. (2023). Pendampingan Bantuan Usaha Terhadap Tingkat Keberdayaan Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Cendekiawan Ilmiah PLS*, 8. <https://doi.org/10.37058/jpls.v7i1>
- Seftianti, A., & Aziz, A. (2021). Pendampingan Produksi UMKM Dalam Meningkatkan Usaha Sale Pisang Di Desa Padamulya Assistance in Production of MSMEs in Increasing Banana Sale Business in Padamulya Village. In *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat* (Vol. 1, Issue 1).

- Tjiptady, B. C. (2020). Entrepreneurship development design based on teaching factory to improve the vocational education quality in singapore and indonesia. In *2020 4th International Conference on Vocational Education and Training (ICOVET)* (pp. 130-134). IEEE.
- Tjiptady, B. C., Rahman, R. Z., Pradani, Y. F., Sulaiman, M. S., Machfuroh, T., & Saepuddin, A. (2021). Sosialisasi peningkatan perekonomian masyarakat melalui badan usaha milik desa di Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 1(1), 35-40.
- Utami, A. S., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(1), 170. <https://doi.org/10.29264/jkin.v19i1.10207>
- Vinatra, S., Bisnis, A., Veteran, U., & Timur, J. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1-08. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>
- Yusril S. M. (2017). *Pengembangan Produk Kerupuk Tujuh Bunga Dengan Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Guna Meningkatkan Profitabilitas*.
- Zhu, L., Mei, X., & Xiao, Z. (2023). The Digital Economy Promotes Rural Revitalization: An Empirical Analysis of Xinjiang in China. *Sustainability (Switzerland)*, 15(16). <https://doi.org/10.3390/su151612278>