

Pendampingan Kepada Mitra UMKM Melalui Pelatihan Teknis Memasarkan Tenun Ulos Melalui Digital Marketing di Kota Medan

Lamtiur Lidia Gultom¹, Riko Fridolend Sianturi², Ayu Teresia Hutauruk³, Mei Veronika Sri Endang Siagian⁴

¹Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas

^{2,3,4}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas

email: ¹lamtiur.gultom11@gmail.com, ²riko.sianturi@ust.ac.id, ³ayuteresia14@gmail.com, ⁴meiveronika085@gmail.com

Abstrak

Dalam memasarkan tenun ulos melalui digital marketing diperlukan pelatihan teknis untuk mitra mitra UMKM, karena mitra UMKM membutuhkan strategi untuk dapat bersaing khususnya di pasar global. Salah satu kunci produk mitra UMKM bisa di terima dan berkembang di masyarakat luas ialah dengan kemasan produk yang menarik dan memiliki standart keamanan yang bagus. Sebagian mitra UMKM di Indonesia sudah melakukan pergantian design kemasan menjadi lebih menarik dan kemasan yang higienis. Kemasan itu mempengaruhi nilai penjualan yang terus meningkat, salah satunya ada mitra UMKM yang mengganti desing kemasan mereka. Sehingga, omzet penjual, rata rata dapat naik sampai 74 persen dalam 3 bulan. Hal ini menjadi tujuan dilakukan pelatihan bagi mitra UMKM dalam memasarkan tenun ulos melalui digital marketing . Hasil penelitian menunjukkan kan selama pelatihan dalam memasarkan tenun ulos melalui digital marketing maka perlu mengembangkan dan meningkatkan jiwa kewirausahaan serta menggali potensi bisnis bagi mitra UMKM Di Kota Medan sehingga pada era digitalisasi saat ini dengan memanfaatkan TI dan penguasaan media elektronik untuk pengembangan usaha. Peningkatan produktivitas mitra UMKM dapat bersaing dalam perkembangan usaha saat ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan Teknologi Informasi sebagai sarana promosi dan distribusi produk mitra UMKM melalui media digital sehingga dapat memberi kemudahan hubungan bertransaksi antara pedagang dan konsumen. Melalui Kegiatan ini diharapkan memberikan kemampuan mitra UMKM menggunakan dan memanfaatkan dari adanya Teknologi Informasi dalam pemasaran dan pengembangan usaha menuju mitra UMKM Berbasis Teknologi Informasi (e-bisnis) yang akan berdampak kepada peningkatan transaksi penjualan dan pendapatan.

Keywords: pelatihan teknis, mitra UMKM dan digital marketing

PENDAHULUAN

Kegiatan sebagai salah satu Tri Darma perguruan tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat merupakan kegiatan pendampingan dan pelayanan untuk pengembangan dan pemberdayaan masyarakat dalam menerapkan aplikasi, desain, teknologi atau perubahan sosial ke arah yang lebih baik. Pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada bidang tertentu sesuai dengan permasalahan kemasyarakatan dan arah kebijakan pembangunan yang diselenggarakan pemerintah kota.

Kerajinan tangan saat ini sangat banyak diminati oleh masyarakat, karena ini menjadi kebutuhan dalam kehidupam masyarakat yang memiliki nilai-nilai budaya tinggi, seperti digunakan untuk kegiatan acara, festival dan pertunjukan yang mengharuskan produk ini digunakan sehingga permintaan pasar terhadap produk ini semakin meningkat, namun yang menjadi permasalahan yaitu kurangnya pemasaran melalui media *online*.

Pelatihan teknis adalah program pendidikan dan pelatihan yang bertujuan untuk mencapai kompetensi teknis sesuai dengan jenis dan jenjang jabatan. Beberapa sumber

pelatihan teknis yang dapat diakses antara lain: *Skillhub* adalah Layanan pelatihan gratis dari Kementerian Ketenagakerjaan untuk meningkatkan kompetensi. Diklat Teknis Merupakan pendidikan dan pelatihan yang disertai standar prosedur operasional yang jelas untuk menciptakan proses kerja yang akuntabel. Pusat Pelatihan Sumber Daya Manusia Kemendikdasmen Menyediakan pelatihan teknis untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia

Metode berbasis *Problem Solving* untuk memecahkan masalah dengan tema tertentu sehingga terfokus untuk mengatasi masalah tertentu dan untuk mencapai target tertentu. Mitra UMKM yang ada Di Kota Medan berusaha memasarkan atau transaksi mitra UMKM, nyatanya tidak hanya membutuhkan produk yang menarik. Namun, kemasan pun turut menjadi nilai tambahan agar hasil karya para mitra UMKM dapat dilirik konsumen. Apalagi saat ini, perekonomian mitra UMKM pun tengah mengalami perkembangan yang cukup baik pada tahun sebelumnya yang berdampak terhadap nilai konsumen meningkat. Sehingga, strategi pun dibutuhkan untuk mempertahankan dan memasarkan atau transaksi tersebut.

Mitra UMKM membutuhkan strategi untuk bersaing khususnya di pasar global. “Salah satu kunci produk Mitra UMKM bisa di terima dan berkembang dikalangan masyarakat luas yaitu dengan kemasan produk yang menarik dan memiliki standart keamanan yang bagus”. Implementasi mitra UMKM di Indonesia yang paling sering terjadi adalah tingkat penjualan yang rendah, nilai tambah rendah, dan kualitas produk yang rendah. Walaupun pada kenyataannya mitra UMKM diakui menjadi lapangan kerja bagi sebagian besar pekerja di Indonesia, tetapi kontribusi dalam output nasional di kategorikan masih rendah. Hal ini dikarenakan mitra UMKM, khususnya usaha mikro yang selama ini banyak menyerap tenaga kerja, mempunyai tingkat produktivitas yang sangat rendah. Sedangkan upah merefleksikan biaya tenaga kerja untuk setiap tingkat produktivitas. Sehingga jika tingkat produktivitas rendah maka upah relatif juga rendah. Kondisi ini memperlihatkan produktivitas sektor mikro dan kecil yang rendah bila di bandingkan dengan usaha yang lebih besar.

Sebagian mitra UMKM di Indonesia sudah melakukan pergantian design kemasan menjadi lebih menarik dan kemasan yang higienis. Kemasan itu mempengaruhi nilai penjualan yang terus meningkat, salah satunya ada mitra UMKM yang mengganti desing kemasan mereka. Sehingga, omzet penjual mereka, rata rata naik sampai 60 persen dalam 2 bulan. Bukan hanya keuntungan, nyatanya strategi dengan meningkatkan tampilan kemasan pun juga menambah harga jual produk. “Harga juga produk mereka pun naik sekitar 20 persen. Produk yang sebelumnya dijual dengan harga Rp10.000 per pack. Bisa naik ke Rp12.000 per pack.

Disanalah arti sesungguhnya kemasan produk. Selain bisa menambah omzet dan keuntungan, ternyata kemasan dapat berfungsi menambah usia produk tersebut. Melalui program kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang merupakan bagian dari Tri Darma Perguruan Tinggi, dosen Universitas Katolik Santho Thomas mengadakan memberikan pelatihan kewirausahaan bagi para mitra UMKM melalui digital marketing. Satu solusi yang dapat ditawarkan adalah dengan memberikan pemahaman kepada para mitra UMKM bagaimana melatih kewirausahaan dan bisnis dimasa sekarang ini sehingga nilai jual dari tenun ulos melalui digital marketing dapat meningkat.

Indikator yang akan dicapai dari kegiatan

Indikator yang akan di capai dari kegiatan pelatihan teknis kepada mitra UMKM dalam memasarkan tenun ulos melalui digital marketing Di Kota Medan sebagai berikut:

1. Proses menggunakan atau mengeluarkan modal sesuai dengan kebutuhan bisnis
2. Menghitung pendapatan dengan menyesuaikan pengeluaran atau kebutuhan dengan membuat laporan akuntansi sederhana.
3. Meningkatkan Volume Penjualan dengan menerapkan strategi pemasaran

4. Menghasilkan output produksi dengan menyesuaikan permintaan konsumen
5. Merekrut tenaga Kerja yang dapat membantu kegiatan bisnis yang sedang berlangsung.

Konten atau Materi yang akan diberikan kepada peserta

Penyusunan materi pelatihan dilakukan dengan melihat kebutuhan pelatihan dengan menyesuaikan permasalahan yang sedang terjadi di lapangan serta memperhatikan faktor-faktor seperti tujuan pelatihan dengan menyesuaikan proses cara penyelesaian masalah peserta pelatihan yang menjadi anggota yaitu mitra UMKM, harapan lembaga pelatihan dengan menghasilkan nilai-nilai yang dapat memberikan manfaat kepada mitra UMKM dan lamanya waktu pelatihan disesuaikan dengan kebutuhan yang ada. Dalam menyusun materi sudah disiapkan materi yang memiliki hubungan dengan Ilmu pengetahuan dan Teknologi, dengan adanya peran teknologi akan mempermudah peserta untuk mengakses materi yang akan disampaikan dan yang sudah disampaikan.

DASAR TEORI

Digital marketing telah menjadi salah satu strategi utama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan daya saing dan visibilitas produk mereka di pasar yang semakin kompetitif. Dalam konteks UMKM di Kota Medan, pemanfaatan teknologi digital sangat penting untuk memperluas jangkauan pasar, terutama bagi produk tradisional seperti tenun Ulos. Menurut Brina dan Siahaan (2024), penggunaan platform digital seperti media sosial dan marketplace dapat membantu UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Namun, banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memahami manfaat dari digital marketing. Wahid (2024) menunjukkan bahwa pelatihan teknis dalam digital marketing sangat diperlukan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi ini. Pendampingan melalui pelatihan dapat memberikan wawasan yang diperlukan untuk mengadopsi strategi pemasaran yang lebih efektif.

Teori adaptasi teknologi menjelaskan bagaimana UMKM dapat mengintegrasikan teknologi digital ke dalam praktik pemasaran tradisional mereka. Maulana et al. (2025) menemukan bahwa UMKM yang berhasil mengadopsi teknologi digital cenderung memiliki kinerja pemasaran yang lebih baik, terutama dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini sangat relevan untuk produk seperti tenun Ulos, yang memiliki nilai budaya tinggi dan memerlukan pendekatan pemasaran yang sensitif terhadap konteks lokal. Selain itu, media sosial berfungsi sebagai alat yang efektif untuk mempromosikan produk dan berinteraksi dengan konsumen. Kholik (2024) menunjukkan bahwa UMKM yang aktif di media sosial dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan dan membangun komunitas yang loyal. Ini sangat penting untuk pemasaran tenun Ulos, di mana cerita dan nilai budaya dapat disampaikan melalui konten visual yang menarik.

Kerjasama antara pemerintah daerah dan pelaku UMKM juga sangat penting dalam mendukung pengembangan digital marketing. Dinas Koperasi di Kota Medan perlu berperan aktif dalam menyelenggarakan pelatihan dan sosialisasi mengenai digital marketing. Hal ini sejalan dengan temuan oleh Yanti et al. (2025) yang menekankan pentingnya dukungan pemerintah dalam meningkatkan kapasitas UMKM untuk bersaing di pasar global. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan yang tepat, diharapkan pelaku UMKM dapat memanfaatkan digital marketing secara optimal, sehingga produk tenun Ulos dapat dikenal lebih luas dan memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kerangka Penyelesaian Masalah

Untuk dapat meningkatkan kemampuan para mitra UMKM Di Kota Medan dalam

memasarkan tenun ulos melalui digital marketing maka diperlukan pelatihan yang intensif. Pelatihan dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Tahap pengenalan di selenggarakan Di Kota Medan. Pada tahap ini dilakukan proses pengenalan mengenai program-program pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan oleh Universitas Katolik Santo Thomas. Selain itu juga dikenalkan semua Program Studi yang diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi Katolik Santo Thomas.
- b. Tahap pelatihan diselenggarakan di lokasi mitra UMKM Di Kota Medan. Pada tahap ini dilakukan proses pelatihan yang diawali dengan penyampaian teori selama 1 kali pertemuan. Dilanjutkan dengan kegiatan diskusi untuk mengetahui permasalahan yang terjadi kepada mitra UMKM, kemudian memberikan pelatihan kepada mitra UMKM agar metode yang baru di pelajari dapat di terapkan di lapangan
- c. Tahap evaluasi dilakukan proses evaluasi dari hasil pelatihan guna mengetahui tingkat keberhasilan metode pelatihan yang digunakan.
- d. Realisasi penyelesaian masalah. Untuk merealisasikan pemecahan masalah, maka dilaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat mitra UMKM Di Kota Medan, dengan melakukan kegiatan sebagai berikut :
 1. Melakukan pendekatan kepada mitra UMKM untuk dapat menganalisa permasalahan yang dihadapi.
 2. Membuat kesepakatan waktu pelaksanaan kegiatan.
 3. Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat secara teoritis tentang metode yang akan digunakan.
 4. Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat dalam menggunakan metode yang sudah dipelajari
 5. Melaksanakan aplikasi ketrampilan dengan menggunakan metode yang sudah di pelajari.

Untuk merealisasikan pemecahan masalah diatas kami selenggarakan pelatihan bagi mitra UMKM dalam memasarkan tenun ulos melalui digital marketing Di Kota Medan. Pelatihan dilaksanakan tempat salah satu mitra UMKM yang ada Di Kota Medan. Pelatihan dilaksanakan selama sepuluh hari yaitu tanggal pukul 14.00-16.00 setiap harinya.

Metode yang digunakan

Metode pelaksanaan pengabdian ini ada beberapa tahap diantaranya:

- a. Metode observasi dan wawancara Untuk mendapat data yang akurat untuk bahan refleksi dilakukan pengamatan terhadap khalayak sasaran/mahasiswa dengan metode observasi dan wawancara langsung. Observasi pertama dilakukan sesaat sebelum mitra UMKM diberikan materi pelatihan dengan melakukan pretest secara lisan mengenai sejauh mana pemahaman mitra UMKM mengenai metode yang diberikan dan cara penggunaannya. Untuk kedepannya pun jika program telah terlaksana maka akan diadakan observasi dan wawancara lanjutan terkait untuk memperoleh informasi tindak lanjut kegiatan, yang dilakukan mitra UMKM dari hasil observasi.
- b. Metode Ceramah, metode ceramah ini dilakukan dengan cara menyampaikan materi mengenai teknik sitasi menggunakan *Mendeley* secara cepat dan praktis kepada khalayak sasaran/ secara langsung atau dengan cara lisan dengan bantuan *power point*.
- c. Pelatihan (*Workshop*), metode yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan di depan adalah metode diskusi dan praktek (*learning by doing*).

Gabungan kedua metode tersebut diharapkan mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan Mengadakan pelatihan pelatihan bagi mitra UMKM dalam memasarkan tenun ulos melalui digital marketing Di Kota Medan. Dengan ketersediaan waktu yang ada metode pelatihan dengan penyampaian teori dan praktek (latihan). Materi praktek didasarkan pada

sistem pembelajaran cara cepat. Metode yang digunakan adalah metode tutorial yang di mulai dengan pemaparan teori yang langsung dilanjutkan dengan praktek. Mengadakan evaluasi hasil pelatihan mengenai penguasaan materi pelatihan, sehingga hasil dari program pengabdian masyarakat dapat dilihat. Evaluasi diselenggarakan diakhir pelatihan sehingga semua materi sudah diterima oleh mereka.

Tempat pelaksanaan kegiatan

- Tempat Pelatihan : Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota.
- Lokasi kegiatan: Di Tempat usaha milik Anggota Mitra UMKM yang ada Di Kota Medan.

HASIL KEGIATAN



Gambar 1. Penenun Ulos

Pengembangan Bisnis mitra UMKM merupakan upaya yang dilakukan oleh masyarakat melalui pemberdayaan program mitra UMKM dengan memberikan fasilitas, bimbingan kepada para pengusaha untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan serta daya saing mitra UMKM. Adapun pengusaha mikro yang terdapat Di Kota Medan menurut hasil observasi yang peneliti ketahui berjumlah 42 pengusaha.

Informan 1 yang diwawancarai menjelaskan beliau sudah hampir kurang lebih 5 Tahun membuka usaha di sini, sekarang perkembangan usaha Di Kota Medan sudah banyak yang membuka usaha, hingga hampir kurang lebih 50 usaha, disini merupakan salah satu tempat yang berada Di Kota Medan dimana lokasi tersebut merupakan tempat dimana para pengusaha mitra UMKM merasakan lokasi tersebut sangat strategis dan cocok untuk sebuah usaha dengan akses yang bagus. Dari hasil observasi, peneliti mewawancarai pengusaha mikro yang usahanya berdiri cukup lama kurang lebih dari 4 Tahun keatas.

Dalam usaha pengembangan mitra UMKM Di Kota Medan ini pada umumnya mengalami berbagai hambatan, seperti pada kualitas SDM yang masih rendah, keterbatasan biaya, dan juga terbatasnya kemampuan dalam hal pemasaran. Setiap usaha pasti menginginkan perkembangan dalam usahanya dalam hal ini merupakan salah satu yang membuat para pengusaha merasa kesulitan dalam mengembangkan usaha karena selain kurangnya pengetahuan tentang bagaimana menjalankan mitra UMKM tersebut dengan baik dan juga dalam pengembangan

usaha juga perlu bantuan agar usaha bisa berkembang.

Pengusaha mitra UMKM berencana atau menginginkan agar usahanya dapat berkembang, karena keterbatasan pengetahuan bagaimana cara menjadi pengusaha yang baik disini pengusaha tersebut kesulitan dalam hal bagaimana cara mengembangkan suatu usaha, selain itu pengusaha tersebut menjelaskan juga bahwa perlu adanya bantuan dari luar seperti bantuan modal terhadap para pengusaha, fasilitas untuk para pengusaha, pengadaan bimbingan ini tujuannya agar untuk mempermudah mitra UMKM dalam mengembangkan usahanya. Dengan adanya pengembangan mitra UMKM ini dapat membantu masyarakat memenuhi kebutuhan usahanya.

Pengembangan yang dilakukan oleh masyarakat sebagai upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat kalangan yang dengan segala keterbatasan belum mampu diri dari perangkat kemiskinan, kebodohan dan keterbelakangan, sehingga pemberdayaan masyarakat tidak hanya penguatan individu tetapi juga pranata sosial yang ada. Dalam hal ini pengembangan mitra UMKM melalui fasilitas pihak Eksternal dan Potensi Internal para pengusaha mitra UMKM yang ada Di Kota Medan ini sangat diperlukan. Adapun pengembangan secara internal untuk para pengusaha UKM Di Kota Medan ini terdiri dari:

1. Pengadaan permodalan
2. Inovasi hasil produksi
3. Perluasan jaringan pemasaran
4. Pengadaan sarana dan prasarana

Untuk pengembangan secara Eksternal untuk para pengusaha yang berada Di Kota Medan dengan adanya bantuan dari Dinas Koperasi dan mitra UMKM. Peran pemerintah dalam rangka mengembangkan Mitra UMKM sangat diperlukan karena mitra UMKM merupakan salah satu usaha yang potensial untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam hal ini peran Dinas Koperasi dan UKM merupakan kepanjangan tangan dari Pemerintah Daerah untuk membantu mengatasi permasalahan yang terjadi dalam pengembangan mitra UMKM dalam hal produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusi, serta desain dan teknologi sebagai berikut:

1. Pemberian akses mitra UMKM terhadap sumber-sumber permodalan Mitra UMKM pada umumnya mengandalkan modal sendiri dalam menjalankan usahanya. Mengenai pemberian akses terhadap sumber-sumber pendanaan, seharusnya Dinas Koperasi telah memberikan akses bagi masyarakat terhadap modal awal. Dimana kucuran dana yang diberikan bersumber dari pemerintah pusat (Kementrian Koperasi dan UKM). Dengan adanya akses sumber-sumber permodalan terhadap mitra UMKM tersebut, bertujuan untuk mempermudah para pengusaha mitra UMKM pada saat kurangnya modal dalam usahanya dan lebih bisa mengembangkan para pengusaha mitra UMKM Di Kota Medan.
2. Pengadaan Pembinaan dan Pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM merupakan wujud pemberdayaan sebagai motivasi atau dorongan bagi masyarakat untuk mengasah kemampuan yang mereka miliki serta dapat menjadikan bekal ilmu pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat yang ingin membuka usaha sendiri.
3. Penyediaan sarana dan prasarana dalam hal ini pemerintah Dinas Koperasi menyediakan sarana dan prasarana dengan cara memberikan tempat secara gratis sebagai pelatih bagi masyarakat yang ingin melakukan usaha. Selain itu dalam pemasaran, kagiatan seperti bazar atau pameran untuk hasil produk mitra UMKM juga disediakan oleh Dinas Koperasi.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

1. Mengaplikasikan metode yang digunakan selama pelatihan dalam memasarkan tenun

ulos melalui digital marketing maka perlu mengembangkan dan meningkatkan jiwa kewirausahaan serta menggali potensi bisnis bagi mitra UMKM Di Kota Medan sehingga dapat bersaing pada era digitalisasi saat ini dengan memanfaatkan TI dan penguasaan media elektronik untuk pengembangan usaha.

2. Peningkatan produktivitas mitra UMKM sehingga dapat bersaing dalam perkembangan usaha saat ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan Teknologi Informasi sebagai sarana promosi dan distribusi produk mitra UMKM melalui media digital sehingga dapat memberi kemudahan hubungan bertransaksi antara pedagang dan konsumen. Melalui Kegiatan ini diharapkan memberikan kemampuan mitra UMKM menggunakan dan memanfaatkan dari adanya Teknologi Informasi dalam pemasaran dan pengembangan usaha Menuju mitra UMKM Berbasis Teknologi Informasi (e-bisnis) yang akan berdampak kepada peningkatan transaksi penjualan dan pendapatan.

Rekomendasi

1. Diharapkan dengan adanya Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam pembinaan dan pemberdayaan mitra UMKM diharapkan menjadi kegiatan pelatihan yang dijalankan dalam waktu panjang dan juga berkelanjutan, program ini bukan sekedar menyampaikan pemahaman dan keterampilan, melainkan juga diiringi dengan pendampingan.
2. Pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan Di Kota Medan ini dapat terselenggara karena dukungan dari berbagai pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdi Laksana J. Pengabdian. Kpd. Masy., Vol. 3, No. 1, Pp. 178-182. [Online]. Available: [Http://Openjournal.Unpam.Ac.Id/Index.Php/Jal/Article/View/17076](http://Openjournal.Unpam.Ac.Id/Index.Php/Jal/Article/View/17076).
- [2] Ade Resalawati, 2021. Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor UKM Indonesia, (Jurnal: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- [3] Aini. 2022. Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Para Pelaku Mitra UMKM Di Kecamatan Baturaja Timur Oku. Jurnal Pengabdian. Kpd. Masy. Baturaja, Vol. 2, No. 2, Pp. 5-7.
- [4] Brina, M., & Siahaan, M. (2024). Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran bagi Pelaku UMKM di Kota Medan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4)
- [5] Fadli And Rizka Ramayanti. 2020. Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing (Studi Kasus Pada Ukm Digital Printing Prabu). J. Akunt. Kaji. Ilm. Akunt., Vol. 7, No. 2, Pp. 148-161 Doi: 10.30656/Jak.V7i2.2211.
- [6] Fatma, 2021. Rumus Menentukan Harga Pokok Produksi Dan Contoh Perhitungannya. <https://Mamikos.Com/Info/Rumus-Menentukan-Harga-Pokok-Produksi-Dan-Contoh-Perhitungannya-Pljr/>.
- [7] Gede Bevi Libraeni Et Al. 2022. Pelatihan Penentuan Harga Pokok Penjualan Pada Toko Kue Dapur Friska,” Jurpikat (Jurnal Pengabdian. Kpd. Masyarakat), Vol. 3, No. 2, Pp. 255-265. Doi: 10.37339/ Jurpikat. V3i2.973.
- [8] Homan, D. Hamdani, And S. Willy. 2021. Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi, Harga Jual Dan Strategi Pemasaran Bagi Perajin Tas Ransel Di Desa Sangkan Hurip Kabupaten Bandung. Dharma Bhakti Ekuitas, Vol. 5, No. 2, Pp. 529-534. Doi: 10.52250/P3m.V5i2.356.
- [9] Iswati, N. A. Brabo, R. Meidiyustiani, And E. Retnoningrum. 2021. Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Mitra UMKM Di Kelurahan Majalengka Bandung,”
- [10] J. Pengabdian Masy., Vol. 4, No. 4, Pp. 86-90. [Online]. Available:

- [Http://Dx.Doi.Org/10.36257/Apts.Vxixpp86-90](http://Dx.Doi.Org/10.36257/Apts.Vxixpp86-90).
- [11] Kholik, A. (2024). Analisis Strategi Pemasaran PT Elite Pro dalam Bisnis Properti Di Era Digital. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3).
- [12] Kramas And K. Tembalang. 2023. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Received : 09-12-2022 Revised : 15-12-2022 Accepted : 24-01-. J-Abdi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Permasalahan Mitra Identifikasi Masalah Penyuluhan Pelaku Mitra UMKM Mengerti Dan Memahami Mitra UMKM Bisa Menggunakan,” Vol. 2, No. 9, Pp. 6485-6488.
- [13] Meldi Kesuma, Teuku. 2021. Memperkuat Branding Charming Banda Aceh Untuk Revisit Intantion. CharmingBanda Aceh Edisi Oktober 2021: Dispar KotaBanda Aceh.
- [14] Maulana, A. N., Ardiyansyah, A., & Zam, N. (2025). Eksplorasi Pemasaran Digital melalui Facebook oleh UMKM Perdesaan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3).
- [15] Meldi Kesuma, Teuku. 2021. Jurusan Mempertahankan Kota Kreatif. Charming Banda Aceh Edisi November 2021: Dispar Kota Banda Aceh.
- [16] Meliza, Nurhayati, Rahmadani, And A. Akbar. 2022. “Pendampingan Digitalisasi Keuangan Untuk Penyusunan Harga Pokok Produksi Pelaku Usaha (Mitra) Pengrajin Tapai Singkong Dan Tapai Ketan Di Medan Tuntungan,” J. Pengabdi. Masy. Akad., Vol. 1, No. 1, Pp. 42-50 [Online]. Available: <https://Journal.Adpebi.Com/Index.Php/Jpma/Article/View/87>.
- [17] Mulyani, B. Gunawan, And M. Nurkhamid. 2021. Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi Bagi Mitra UMKM Kabupaten Pati. J. Dharma Bhakti Ekuitas, Vol. 05, No. 02, Pp. 529-534,.
- [18] Nelfiyanti, W. Sudawrwati, M. Prasetywati, R. Mujiastuti, B. M. Putri, And M. Ridhwan. 2021. Pelatihan Dan Pendampingan Perhitungan Harga Pokok Penjualan Mitra UMKM Kuliner Di Daerah Penggilingan | Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Lppm Umj. Semin. Nas. Pengabdi. Masy. Lppm Umj, Pp.1-6 [Online]. Available:<https://Jurnal.Umj.Ac.Id/Index.Php/Semnaskat/Article/View/10680>.
- [19] Pascasuseno, Agus. 2014. Mitra UMKM: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025. Bedah CetakBiru Mitra UMKM:Yogyakarta.
- [20] Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 142 Tahun 2018. Tentang Rencana Induk Pengembangan Mitra UMKM Nasional Tahun 2018-2025
- [21] Purwanto. 2020. Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Jual. J. Appl. Manag. Account., Vol. 4, No. 2, Pp. 248-253, Doi: 10.30871/Jama.V4i2.2402.
- [22] Tarigan, I., Sihotang, H. ., Subiantoro, N. ., & Harsono4, S. . (2024). Perilaku Penggunaan Iklan Facebook Terhadap Kinerja Bisnis Umkm Berbasis Digital. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 24(1), 82-96. Retrieved from https://ejournal.ust.ac.id/index.php/JIMB_ekonomi/article/view/3486
- [23] Thionita. 2021. Pengertian Harga Pokok Penjualan (Hpp) Dan Cara Hitungnya.
- [24] Wahid, W. (2024). Strategi Pemasaran Usaha Melalui Digital Marketing. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1).
- [25] Yanti, D. Y., Nalawati, R. E., & Marcheta, N. (2025). Pemanfaatan Artificial Intelligence dalam Digital Marketing: Transformasi UMKM di Kota Depok. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(2).