



## Penerapan Teknologi Digital Untuk Optimalisasi Biaya Produksi dan Manajemen Keuangan Pada UMKM Tambol Dapok Punggur

Ardiyansyah<sup>1\*</sup>, Nurfia Oktaviani Syamsiah<sup>2</sup>, Windi Irmayani<sup>3</sup>, Muhammad Nandi Buchari<sup>4</sup>,  
Muhammad Alghifary<sup>5</sup>, Aldiansyah<sup>6</sup>, Mutia Rahayu<sup>7</sup>, Tiara Maulida<sup>8</sup>

<sup>1,6</sup> Sistem Informasi Kampus Kota Pontianak, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

<sup>2,5,7</sup> Sistem Informasi Akuntansi Kampus Kota Pontianak, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

<sup>3,4,8</sup> Informatika Kampus Kota Pontianak, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

\*Correspondence Email : [ardiyansyah.arq@bsi.ac.id](mailto:ardiyansyah.arq@bsi.ac.id)

### Abstract

#### ARTICLE INFO

##### Article History:

Received : September 16, 2025

Reviewed : September 22, 2025

Revised : September 29, 2025

Accepted : October 1, 2025

Available online : October 13, 2025

##### Keywords:

**MSMEs; Community Empowerment; Business Management; Digital Marketing; Appropriate Technology**

*This Community Service Program was carried out to strengthen the capacity and competitiveness of Tambol Dapok MSMEs in Punggur Kecil Village, Sungai Kakap District, Kubu Raya Regency. The partners' main challenges included weaknesses in management and production, as well as the lack of an effective system for recording production costs and financial management. The program was implemented using a participatory approach through several stages: situation analysis, preparation of appropriate technology, training and mentoring, and ongoing monitoring and evaluation. The outcomes demonstrated significant improvements in partner capacity, evidenced by the development of a website-based application for calculating production costs and managing finances, new product packaging designs created with Canva, the establishment of an official Instagram account as a digital marketing channel, and enhanced knowledge in business management. These achievements have enabled Tambol Dapok MSMEs to begin building a stronger brand identity, expand their market reach, and adapt more effectively to digital advancements. Practically, the partners are now able to manage their businesses more efficiently through structured cost recording, improve product attractiveness with professional packaging, and broaden their customer base via social media marketing. Moreover, the integration of digital technology has opened new opportunities for MSMEs to strengthen their competitiveness in both local and regional markets, while also serving as a replicable empowerment model for other MSMEs facing similar challenges.*

### Abstrak

#### INFO ARTIKEL

##### Proses Artikel:

Submit : 16 September 2025

Review : 22 September 2025

Revisi : 29 September 2025

Diterima : 1 Oktober 2025

Terbit Online : 13 Oktober 2025

##### Kata Kunci :

**UMKM; Pemberdayaan Masyarakat; Manajemen Usaha; Digital Marketing; Teknologi Tepat Guna**

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM Tambol Dapok di Desa Punggur Kecil, Kecamatan Sungai Kakap, Kabupaten Kubu Raya. Permasalahan yang dihadapi mitra meliputi aspek manajemen, aspek produksi, serta belum optimalnya pencatatan biaya produksi dan manajemen keuangan. Kegiatan dilakukan dengan pendekatan partisipatif melalui tahapan analisis situasi, persiapan teknologi tepat guna, pelatihan dan pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas mitra, ditandai dengan tersedianya aplikasi berbasis website untuk menghitung biaya produksi dan manajemen keuangan, desain kemasan baru menggunakan aplikasi Canva, akun Instagram resmi sebagai media promosi digital, serta peningkatan pengetahuan mitra dalam manajemen usaha. Dengan capaian ini, UMKM Tambol Dapok mulai mampu membangun identitas merek, memperluas pasar, dan lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Secara praktis, mitra dapat mengelola usaha secara lebih efisien melalui pencatatan biaya produksi yang terstruktur, meningkatkan daya tarik produk melalui kemasan yang lebih profesional, serta memperluas jangkauan pemasaran dengan memanfaatkan media sosial. Selain itu, penerapan teknologi digital juga membuka peluang bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun regional, sekaligus menjadi model pemberdayaan yang dapat direplikasi pada UMKM lain dengan permasalahan serupa.

## 1. PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena peran UMKM mampu menyerap tenaga kerja serta memiliki kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) terutama di tingkat desa (Yolanda, 2024). Namun tantangan yang di hadapi oleh UMKM saat ini yaitu dalam pengembangan usaha, dikarenakan sumber daya yang terbatas dan akses terhadap target pasar yang luas sering kali menjadi kendala pelaku usaha untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif (Silvia Ayu Larasati et al., 2024). Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kubu Raya, Kalimantan Barat. Di tahun 2024 UMKM terdata berjumlah 18.000 dimana setiap desa memiliki UMKM yang aktif baik di sektor pertanian maupun kerajinan tangan (Cahyanto et al., 2024).

Salah satu UMKM yang berkembang di Desa Punggur Kecil, Kecamatan Sungai Kakap, Kabupaten Kubu Raya adalah UMKM Tambol Dapok, yang didirikan pada tahun 2023. UMKM ini lahir dari kesadaran masyarakat terhadap potensi desa yang kaya akan hasil pertanian dan perkebunan. Tambol Dapok menjadi wadah bagi warga setempat untuk berwirausaha sekaligus memperkenalkan produk-produk lokal desa kepada pasar yang lebih luas.

Produk yang dihasilkan UMKM Tambol Dapok cukup beragam, mulai dari olahan makanan tradisional seperti keripik singkong, keripik pisang, kue kembang goyang, dan rotikap, hingga kerajinan tangan berupa anyaman bakul. Potensi ini semakin besar karena ketersediaan bahan baku yang mudah diperoleh dari petani lokal. Selain mendukung keberlangsungan UMKM, hal ini juga memberikan dampak positif terhadap rantai ekonomi desa, yakni keterhubungan antara petani dan pelaku usaha (Octiva et al., 2024). Meskipun memiliki potensi besar, UMKM Tambol Dapok masih menghadapi sejumlah permasalahan mendasar. Permasalahan tersebut dari berbagai aspek seperti aspek manajemen, produksi dan penerapan teknologi digital dalam mendukung pemasaran.

Pada aspek manajemen, permasalahan yang terjadi pembagian tugas dan tanggung jawab antar anggota belum terdefiniskan dengan jelas. Sistem pencatatan keuangan masih sederhana, belum

berbasis perencanaan anggaran yang terstruktur, sehingga menyulitkan dalam pengambilan keputusan bisnis. Kondisi ini membuat efisiensi usaha sulit diwujudkan secara optimal (Apriyanti & Muhammad, 2024). Kemudian pada aspek produksi, UMKM Tambol Dapok masih menggunakan kemasan sederhana berupa plastik polos tanpa stiker atau label merek. Hal ini membuat produk sulit bersaing dengan produk sejenis di pasaran. Selain itu, mitra belum melakukan perhitungan biaya produksi secara rinci, sehingga keuntungan bersih yang diperoleh tidak dapat dihitung secara tepat. Situasi ini berpotensi menghambat pengembangan usaha (Chaerul et al., 2024).

Dari sisi teknologi digital, literasi mitra masih tergolong rendah. Mitra belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai pemasaran digital, website, maupun penggunaan iklan berbayar dan bahkan penggunaan media sosial saja pelaku usaha hanya memiliki akun facebook. Selain itu, belum tersedia perangkat lunak untuk mendukung pemasaran atau promosi produk, pencatatan keuangan dan perhitungan biaya produksi secara otomatis. Rendahnya pemanfaatan teknologi digital ini menjadi hambatan serius dalam upaya peningkatan daya saing di era digital serta menjadi permasalahan kepada UMKM dalam menerapkan teknologi digital (Sifwah et al., 2024).

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan suatu program pemberdayaan kemitraan masyarakat yang komprehensif untuk meningkatkan kapasitas UMKM Tambol Dapok. Program ini dirancang untuk menjawab persoalan di bidang manajemen, produksi, pemasaran, dan teknologi digital. Melalui pelatihan, pendampingan, dan implementasi teknologi, diharapkan mitra dapat lebih efisien dalam mengelola usaha, meningkatkan kualitas produk, memperluas pasar, serta memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pengelolaan bisnis yang berkelanjutan.

Tujuan utama program pengabdian masyarakat ini adalah meningkatkan daya saing UMKM Tambol Dapok melalui penerapan teknologi digital dalam pengelolaan usaha. Solusi yang ditawarkan meliputi pelatihan manajemen usaha (Dharta et al., 2025), pelatihan packaging dan desain label produk menggunakan aplikasi *Canva* (Alamsyah, 2024), implementasi aplikasi perhitungan biaya produksi dan manajemen keuangan (Danira Irin Wijayanti et al., 2025), serta pelatihan digital marketing dengan memanfaatkan media social dan iklan berbayar (Vicky Yoga Satria et al., 2025). Sehingga dapat mendorong mitra lebih adaptif dalam menghadapi persaingan pasar. Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan mampu memberikan dampak sosial ekonomi yang luas bagi masyarakat Desa Punggur Kecil.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif (Mutmainnah et al., 2025) dengan tujuan agar masyarakat atau mitra ikut terlibat di setiap tahapan kegiatan yang di laksanakan. Metode pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan, diantaranya:

### 1. Tahap analisa situasi, kondisi mitra dan sosialisasi kegiatan

Beberapa hal yang dilakukan pada tahap pertama yaitu analisa situasi dan kondisi mitra melakukan observasi ke mitra kemudian dilakukan analisa permasalahan dan kebutuhan mitra sasaran. Selanjutnya tim pelaksana memberikan sosialisasi terkait kegiatan yang akan dilaksanakn serta melakukan diskusi atau Focus Group Discusion (FGD) untuk memberikan kesepakatan pelaksanaan kegiatan PKM.

### 2. Persiapan Teknologi Tepat Guna

Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan persiapan dengan menyiapkan software canva dan materi membuat logo brand kemasan menggunakan canva. Persiapan selanjutnya membuat materi tentang digital marketing dengan memanfaatkan media sosial serta iklan meta ads. Membangun aplikasi berbasis website untuk melakukan optimalisasi produksi serta memudahkan manajemen keuangan mitra. Penerapan teknologi digital ini menjawab kebutuhan mitra terkait manajemen usaha, produksi, pemasaran dan teknologi digital dari produk olahan rumahan. Untuk membuat website

disiapkan bahasa pemrograman menggunakan My Structured Query Language(MYSQL), framework laravel, HTML, CSS, Xampp. Setelah itu membuat panduan penggunaan aplikasi.

### 3. Tahapan pelatihan, penerapan dan pendampingan

Pada tahap ini, tim memberikan pelatihan terkait pengelolaan manajemen kepada mitra sehingga mitra dapat langsung melakukan implementasi manajemen usaha dan membagi tugas kepada anggota. Pelatihan digital marketing ini diberikan untuk mengoptimasi media sosial khusus untuk mendukung penjualan online serta membuat strategi digital marketing agar mendukung pemasaran produk mitra. Pelatihan dan pendampingan pembuatan kemasan produk. Kemasan produk dapat digunakan untuk strategi promosi dan pengenalan brand. Pembuatan kemasan menggunakan canva sesuai dengan kesepakatan mitra. Pelatihan, simulasi dan pendampingan diperlukan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan mitra. Pelatihan dan implementasi aplikasi. Aplikasi perhitungan produksi dan manajemen keuangan yang sudah dibangun akan di implementasikan serta di berikan pelatihan kepada mitra. Aplikasi ini di bangun untuk mengatasi masalah yang terjadi pada mitra khususnya di bidang produksi dan manajemen usaha.

### 4. Tahap monitoring, evaluasi dan keberlanjutan

Tahapan ini dilakukan untuk mengukur tingkat pencapaian serta implementasi aplikasi kepada mitra dengan monitoring dan mengevaluasi kegiatan PKM melalui pemberian kuesioner sebagai umpan balik dari kegiatan tersebut. Tujuan dari kuesioner yaitu untuk mengetahui seberapa besar peningkatan pengetahuan, keterampilan dan pendapatan mitra setelah diadakan pelatihan-pelatihan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini merupakan program hibah yang di danai oleh Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia Tahun Anggaran 2025 dengan skema pemberdayaan berbasis masyarakat, ruang lingkup pemberdayaan kemitraan masyarakat. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang di hadapi oleh UMKM Tambol Dapok Punggur melalui penerapan teknologi digital dalam mengoptimalisasi biaya produksi, manajemen keuangan serta peningkatan brand pada produk mitra.

### **Kondisi Mitra**

Setelah melakukan pendekatan partisipatif dan observasi mengenai kondisi mitra, saat ini mitra masih melakukan penjualan produk dengan cara konvensional yaitu dengan menitipkan produknya ke warung terdekat, produk dibuat ketika ada pesanan dari berbagai acara, penerapan teknologi dalam penjualan produk baru melalui whatsapp, mitra juga masih belum memiliki instagram sebagai media promosi dan menjangkau pemasaran yang lebih luas. Selain itu, produk yang ada pada mitra masih menggunakan kemasan plastik pouch bening tanpa stiker brand dan masih sederhana. Dari sisi produksi, mitra juga tidak melakukan pencatatan biaya produksi sehingga untuk menentukan harga jual produk berdasarkan harga perkiraan yang ada di pasaran.



**Gambar 1. Kemasan Produk Mitra**

### **Solusi Permasalahan**

Berdasarkan kondisi mitra, tim pelaksana merumuskan solusi untuk permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Beberapa solusi yang di berikan oleh tim pelaksana seperti memberikan pelatihan pengelolaan manajemen kepada mitra, memberikan pelatihan packaging dan desain logo brand atau stiker kemasan produk menggunakan aplikasi canva, membuatkan akun instagram, memberikan pelatihan serta pendampingan kepada mitra tentang digital marketing, penjualan di e-commerce dan optimalisasi media sosial termasuk memasang iklan berbayar menggunakan meta ads serta memberikan pelatihan dan implementasi aplikasi untuk menghitung biaya produksi dan memanajemen keuangan sehingga dalam menentukan harga pokok jual dan keuntungan dapat di ketahui berdasarkan biaya produksi yang di keluarkan dan dapat melihat laporan keuangan dari aplikasi tersebut.

### **Kegiatan Pelatihan**

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan secara tatap muka di aula rumah pintar punggur cerdas bersama mitra sebagai partisipasi dari mitra untuk mendukung kegiatan ini dapat berjalan dengan baik. Peserta yang mengikuti kegiatan ini kebanyakan para ibu-ibu rumah tangga yang latar beakangnya masih kurang dalam penggunaan teknologi. Kegiatan pertama yang sudah di laksanakan adalah mensosialisasikan program yang akan dilaksanakan, manfaat serta tujuan dari program yang akan dilaksanakan, menganalisa serta menjelaskan sedikit tentang pengelolaan manajemen yang dapat di lihat pada gambar di bawah ini.



**Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi**

Kegiatan selanjutnya yang dilakukan oleh tim adalah membuat stiker atau brand produk menggunakan canva. Kegiatan ini bertujuan untuk menciptakan identitas produk, informasi, kepercayaan pelanggan dan bahkan dapat menjadi nilai tambah di produk mitra tersebut saat melakukan penjualan. Pada kegiatan ini, semua peserta tidak mengetahui tentang aplikasi canva tersebut, sehingga tim memberikan pelatihan dasar dengan menggunakan template yang sudah tersedia di canva tersebut. Selain itu, tim menjelaskan apa saja yang harus ada di dalam stiker brand tersebut agar pembeli dapat mengenal produk mitra.



**Gambar 3. Pelatihan Menggunakan Canva**

Kegiatan ini berjalan dengan baik dan menghasilkan desain dan kemasan yang baik untuk mendukung penjualan produk mitra. Berikut salah satu hasil desain atau kemasan yang di hasilkan dari kegiatan tersebut yang di tunjukan pada gambar 4.



**Gambar 4. Salah Satu Hasil Desain Kemasan**

Kegiatan selanjutnya adalah memberikan pelatihan menghitung biaya produksi dan menentukan harga jual dengan menerapkan aplikasi yang sudah dibuat. Kegiatan ini merupakan penerapan aplikasi di tahap pertama untuk melihat apakah sudah sesuai kebutuhan mitra atau belum. Pada kegiatan ini, tim menjelaskan dan mempraktikkan bagaimana cara menggunakan aplikasi dalam menghitung total biaya produksi berdasarkan biaya-biaya bahan baku dan perlengkapan yang di gunakan sehingga aplikasi akan menampilkan harga dasar jual sehingga mitra dapat menentukan harga jual sesuai keinginan mitra berdasarkan keuntungan yang ingin di dapatkan oleh mitra. Pembuatan aplikasi ini bertujuan dapat mengoptimalkan biaya produksi, menentukan harga jual

berdasarkan biaya pengeluaran dan menampilkan manajemen keuangan dengan baik.



**Gambar 5. Pelatihan Penerapan Aplikasi Tambol Dapok**

Berdasarkan kondisi yang terdapat pada mitra serta berdasarkan kegiatan yang di laksanakan, capaian yang di hasilkan untuk mitra untuk saat ini diantaranya ada akun instagram khusus mitra (@tamboldapok), aplikasi tambol dapok yang dapat di akses melalui link website berikut : <https://tamboldapok.com/>, serta kemasan yang saat ini masih proses cetak dengan bahan dan tampilan baru. Dari kegiatan yang sudah terlaksana, target yang di inginkan dan luaran yang sudah ada saat ini menunjukkan peningkatan pada mitra UMKM Tambol Dapok Punggur. Peningkatan tersebut dapat dilihat pada table di bawah ini:

**Tabel 1. Perbandingan Pretest & Posttest**

No	Pertanyaan	Tren Pretest	Tren Posttest	Perubahan
1	<b>Waktu Produksi</b>	Mayoritas: produksi hanya sesuai permintaan	Lebih banyak: produksi mulai meningkat untuk stok	Ada peningkatan kesadaran pentingnya stok
2	<b>Akun Media Sosial</b>	Banyak yang belum punya akun media sosial	Sebagian besar sudah punya akun (WA Bisnis, FB, IG)	Peningkatan literasi digital
3	<b>Admin yang Bertugas</b>	Belum ada admin khusus	Sudah mulai ada admin yang handle promosi	Ada pembagian tugas lebih baik
4	<b>Kemasan Produk</b>	Masih sederhana, belum ada desain	Sudah ada desain & label sederhana	Kemasan lebih profesional
5	<b>Pengetahuan Promosi via Medsos</b>	Belum memahami manfaat promosi	Mulai paham manfaat media sosial untuk promosi	Pengetahuan meningkat
6	<b>Pengetahuan Meta Ads</b>	Tidak tahu apa itu Meta Ads	Sudah tahu dasar pembuatan iklan Meta Ads	Pemahaman baru muncul
7	<b>Aplikasi Produksi &amp; Keuangan</b>	Belum ada aplikasi	Sudah mulai ada aplikasi sederhana	Adopsi teknologi meningkat

8	<b>Pemanfaatan Aplikasi</b>	Belum tahu cara menghitung biaya produksi/keuangan	Sudah tahu manfaat aplikasi (pembukuan, perhitungan)	Pengetahuan meningkat
9	<b>Pentingnya Aplikasi</b>	Banyak yang anggap “tidak begitu penting”	Lebih banyak yang anggap “sangat penting”	Persepsi positif meningkat

Peningkatan level keberdayaan mitra pada Aspek Manajemen yaitu sebelum pendampingan (pretest), sebagian besar mitra UMKM Tambol Dapok belum memiliki admin khusus yang menangani promosi dan pemasaran. Manajemen usaha masih dilakukan secara sederhana dan cenderung bercampur antara produksi, keuangan, serta promosi. Setelah program pendampingan (posttest), terjadi perubahan nyata: sudah mulai ada admin yang secara khusus bertugas menangani promosi melalui media sosial. Selain itu, literasi digital mitra juga meningkat dengan mulai menggunakan WhatsApp, Facebook, dan Instagram untuk memperluas jangkauan pasar.

Peningkatan level keberdayaan mitra dalam aspek manajemen, ditandai dengan:

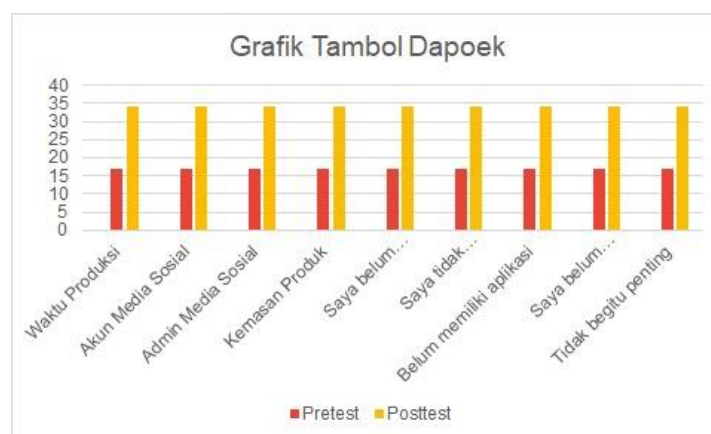
1. Adanya pembagian tugas yang lebih lebih baik
2. Penggunaan Kemasan yang lebih profesional
3. Penggunaan teknologi dalam menghitung biaya produksi meningkat

Peningkatan level keberdayaan mitra pada Aspek Produksi yaitu pada tahap pretest, sebagian besar mitra UMKM Tambol Dapok masih menjalankan produksi dalam skala terbatas, hanya berdasarkan pesanan yang masuk. Pola ini menunjukkan keterbatasan dalam manajemen produksi dan belum adanya perencanaan stok, sehingga potensi untuk memenuhi permintaan pasar yang lebih luas menjadi terhambat. Namun setelah dilakukan program pendampingan (posttest), terjadi perubahan positif: mitra mulai meningkatkan produksi untuk ketersediaan stok. Langkah ini menandakan adanya pergeseran mindset dari produksi sekadar memenuhi permintaan menuju produksi yang lebih terencana dan berorientasi pada pasar.

Peningkatan level keberdayaan mitra dalam aspek produksi, ditandai dengan:

1. peningkatan kesadaran pentingnya stok
2. Peningkatan literasi digital melalui media sosial
3. Kemasan lebih profesional
4. Pengetahuan promosi meningkat
5. Adopsi teknologi juga semakin meningkat

Peningkatan-peningkatan pre-test dan post-test tersebut dapat di lihat juga pada grafik peningkatan level keberdayaan mitra di bawah ini:



**Grafik 1. Peningkatan Level Keberdayaan Mitra**

#### 4. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada UMKM Tambol Dapok Punggur tahun anggaran 2025, memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas usaha mitra. Melalui pendekatan partisipatif, tim pelaksana menemukan permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra yang meliputi aspek manajemen, produksi, dan penerapan digital. Serangkaian kegiatan seperti pelatihan manajemen usaha, pembuatan kemasan dengan desain label produk menggunakan aplikasi Canva, serta penerapan aplikasi berbasis website untuk perhitungan biaya produksi terbukti memberikan hasil positif. Hasil yang dicapai ditandai dengan hadirnya akun Instagram resmi mitra sebagai sarana promosi, desain kemasan baru, serta aplikasi Tambol Dapok yang dapat membantu mitra dalam menghitung biaya produksi dan mengelola keuangan secara lebih terstruktur.

Pendampingan berkelanjutan masih akan di laksanakan berdasarkan waktu yang di tentukan dalam program hibah yang di danai oleh Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia Tahun Anggaran 2025. Program yang akan di laksanakan selanjutnya adalah mengoptimalkan mitra dalam penggunaan aplikasi dalam memajemen keuangan mulai dari kas masuk, kas keluar serta biaya-biaya lainnya dan mengoptimalkan penggunaan instagram atau media social lain sebagai penjualan dan pemasangan iklan produk.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini, kami menyampaikan terimakasih kepada UMKM Tambol Dapok Punggur atas partisipasinya, dan Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia atas terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, A. I. S. (2024). Peran Aplikasi Canva Dalam Mendukung Umkm Bersaing Di Era Digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 8(2), 343. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v8i2.1448>
- Apriyanti, A., & Muhammad, R. F. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UMKM Keripik Embayem Ditinjau dari Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia, dan Aspek Hukum. In *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* (Vol. 4, pp. 386–393).
- Cahyanto, F., Firayanti, Y., Saputra, E. S., Marhamah, M., Syaifudin, S. M., Tawil, H., Rosadi, R., Andrian, J., Wulansari, F., & Mahardhika, T. (2024). Pentingnya Legalitas Usaha untuk Mendukung Perkembangan UMKM di Desa Kuala Dua Kabupaten Kubu Raya. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 2(2), 2693–2700. <https://doi.org/10.59837/jgbkv468>
- Chaerul, R., Anwar, Y., Ardian, N., & Pradhana Suharsono, R. (2024). Strategi Peningkatan Sumber Daya Manusia Pelaku Umkm Desa Melalui Optimasi Platform Digital Dalam Aspek Produksi, Pemasaran Dan Permodalan . *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 4, 237–238.
- Danira Irin Wijayanti, Rr. Suci Palasari, & Fahrul Ulum. (2025). Optimalisasi Manajemen Keuangan UMKM: Pendampingan Perhitungan HPP dan Laporan Laba Rugi pada Binaan BAZNAS. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 2540–2548. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2035>
- Dharta, F. Y., Budiarto, B. W., & Utiahman, N. (2025). *Transformasi Digital UMKM : Pelatihan Manajemen Bisnis Berbasis Teknologi untuk Meningkatkan Daya Saing Pasar Digital*. 2(3),

182–188.

- Mutmainnah, Ariantoro, T. R., Wibowo, S., Miten, F. K., & Mukhtar, R. (2025). Pelatihan Aplikasi SARPRAS untuk Meningkatkan Kompetensi Kelompok Tani dalam Pengelolaan Sarpras Berbasis Teknologi. *Jurnal Abdimas Maduma*, 4(2), 1–10. <https://doi.org/10.52622/jam.v4i2.432>
- Octiva, C. S., Haes, P. E., Fajri, T. I., Eldo, H., & Hakim, M. L. (2024). Implementasi Teknologi Informasi pada UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 815–821. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13823>
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., Latifah, R. N., Program, S., Manajemen, F., Ekonomi, D., Bisnis, U., Pamulang, K. T., Selatan, P., & Banten, I. (2024). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109–118. <http://rayyanjournal.com/index.php/mantap/article/view/1592>
- Silvia Ayu Larasati, Anandyatiwi Istiqomah, Anggrea Sekar Ramadani, Azulfatun Khoiriyah, & Denny Oktavina Radianto. (2024). Peran Media Sosial Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(2), 321–332. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i2.2867>
- Vicky Yoga Satria, Al-Fikri, M. S., Nabillah, S. Q., Prasetyo, D., & Abror, S. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk di Desa Dukuh Menanggal Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3), 1066–1078. <https://doi.org/10.59837/jpmmba.v3i3.2360>
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>