

Pendampingan Perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP), Branding, dan Pemasaran Digital pada KWT Arum Lestari di Desa Pandak, Kecamatan Baturaden

Aya Sofia Ramadhani¹⁾, Nabila Oktaviani²⁾, Faldi Ariyadi³⁾, Alvin Hidayat Mardiyana⁴⁾, Alamudin Bahrul Ato⁵⁾, Sigit Bimo Aprianto⁶⁾,
Sully Kemala Octisari^{7*)}

^{1,2,3,4,5,6,7)} Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Wijayakusuma Purwokerto

Jl. Raya Beji Karangsalam, No. 25, Kec. Kedungbanteng, Kab. Banyumas, Jawa Tengah, Indonesia

e-mail: kemalaoct@gmail.com¹⁾ ayasofia2424@gmail.com²⁾ ariadifaldi@gmail.com³⁾;

nabila.oktaviani231000@gmail.com⁴⁾; alvinhidayatmardiyana@gmail.com⁵⁾; alamudinatobahrul@gmail.com⁶⁾;

Sigitbimoapr@gmail.com⁷⁾

ABSTRACT

MSMEs play a crucial role in promoting rural economic development, through the Women Farmers Group (WFG) as a platform for women's empowerment. WFG Arum Lestari in Pandak Village, Baturaden District, Banyumas Regency, developed purple sweet potato-based processed products, facing challenges in calculating the Cost of Goods Sold (HPP), a weak product visual identity, digital marketing, and limited production equipment. This mentoring program aimed to improve managerial skills, digital marketing, and the production process, through training in digital COGS calculations, assistance in creating sticker and banner designs using the Canva application, digital marketing training through Instagram and TikTok, and a grant of production equipment in the form of a stove. The results of the program showed an increase in understanding of COGS calculations and selling price determination, strengthening of product visual identity, improving digital marketing capabilities, and efficiency of the production process. Overall, this mentoring program contributed positively to increasing the capacity and competitiveness of WFG Arum Lestari's business and supporting local economic development based on village potential.

Keywords: Women Farmer Group (KWT); Cost of Goods Sold (COGS); MSME Branding; Digital Marketing; Purple Sweet Potato Processed Products.

ABSTRAK

UMKM memiliki peran penting dalam perkembangan ekonomi pedesaan, melalui Kelompok Wanita Tani (KWT) sebagai wadah pemberdayaan perempuan. KWT Arum Lestari di Desa Pandak, Kecamatan Baturaden, Kabupaten Banyumas menghadapi beberapa kendala dalam perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP), lemahnya identitas visual produk, pemasaran digital, serta keterbatasan alat produksi. Kegiatan pendampingan ini bertujuan meningkatkan kemampuan manajerial, pemasaran digital, dan proses produksi, dengan melalui pelatihan perhitungan HPP digital, pendampingan pembuatan desain stiker dan banner menggunakan aplikasi Canva, pelatihan pemasaran digital melalui Instagram dan Tiktok, serta hibah alat produksi berupa kompor. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman perhitungan HPP dan penetapan harga jual, penguatan identitas visual produk, peningkatan kemampuan pemasaran digital, serta efisiensi proses produksi. Secara keseluruhan, pendampingan ini berkontribusi positif dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing usaha KWT Arum Lestari serta mendukung pengembangan ekonomi lokal berbasis potensi desa.

Kata Kunci: Kelompok Wanita Tani (KWT); Harga Pokok Penjualan (HPP); Branding UMKM; Pemasaran Digital; Produk Olahan Ubi Ungu

PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia dengan kontribusi terhadap PDB mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja 96,9% dari

total penyerapan tenaga kerja nasional (Kemenko Perekonomian, 2022). UMKM menjadi salah satu mata pencaharian pada kalangan masyarakat terutama di pedesaan. Manfaat yang bisa diperoleh dengan adanya UMKM di desa yaitu meningkatkan lapangan kerja, meningkatkan keterampilan individu, memperdayakan perempuan dan membawa nilai kebersamaan di komunitas desa (Hanasi et al., 2023)

Terdapat berbagai kelompok usaha di masyarakat desa, salah satunya adalah Kelompok Wanita Tani (KWT). Kelompok wanita tani merupakan suatu kelompok yang anggotanya terdiri dari perempuan atau ibu rumah tangga yang melakukan kegiatan produktif di bidang pertanian seperti budidaya, dan pengolahan hasil pertanian (Manto et al., 2023). Untuk mendukung perkembangan KWT dilakukan pengabdian dalam bentuk pendampingan. Pengabdian masyarakat merupakan salah satu kegiatan pendampingan terhadap masyarakat usaha mikro yang diarahkan untuk memecahkan masalah yang terdapat di tengah masyarakat (Kurniawan et al., 2023).

Kelompok Wanita Tani (KWT) yang berada di Desa Pandak Kecamatan Baturraden didirikan pada tahun 2017 yang terdiri dari 7 anggota yang merupakan warga sekitar Desa Pandak. Awal usaha ini dibangun dalam bentuk kelompok tani yang sekarang bertransformasi menjadi pembuatan produk olahan yang berbasis ubi ungu dengan menghasilkan produk seperti cireng ubi ungu, timus ubi ungu, sistik dan kripik ubi ungu. Berkembangnya tren konsumsi pangan sehat, produk lokal, dan kuliner kekinian membuka peluang besar bagi pengembangan inovasi produk berbasis ubi ungu (Sulistiyani et al., 2025). Ubi jalar ungu kaya akan karotenoid, vitamin, mineral, serat, dan senyawa fitokimia yang berkontribusi pada manfaat kesehatan yang beragam (Maharani et al., 2023). Keberadaan kelompok wanita tani memberikan cukup banyak dampak positif seperti membantu meningkatkan perekonomian keluarga, dapat berbagi pengalaman dan ide untuk para wanita tani, dan dapat berkerjasama untuk meningkatkan kesejahteraan melalui usaha bersama (Astuti Handayani et al., 2022).

Dalam membentuk kelompok usaha, KWT Arum lestari menghadapi beberapa permasalahan yang harus dihadapi. Permasalahan yang pertama keterbatasan anggota dalam menghitung harga pokok penjualan. Perhitungan harga pokok penjualan yang tidak akurat dapat menyebabkan ketidaktepatan harga jual, turunya margin keuntungan, bahkan risiko kerugian. Pengetahuan dan pemahaman yang bagus mengenai pengelolaan keuangan usaha memberikan dampak terhadap perkembangan kegiatan usaha karena UMKM dapat memanfaatkan informasi keuangannya sebagai dasar pengambilan ilmu yang sangat penting untuk diterapkan dalam pengelolaan kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah, karena melalui pengelolaan kas, pencatatan transaksi, serta pemisahan keuangan usaha dan keuangan keluarga, pelaku UMKM dapat menjaga keberlanjutan usahanya.

Permasalahan yang kedua lemahnya identitas visual akibat stiker dan banner yang kurang menarik. Hal ini dapat menurunkan daya saing produk, mengurangi minat konsumen dan menghambat produk ke pasar yang lebih luas. Desain stiker dan banner termasuk strategi branding produk, dengan cara memperbaiki bentuk luar dari produk, seperti stiker untuk kemasan dan banner sebagai pengenalan UMKM (Wiguna et al., 2024). Permasalahan ketiga berkaitan dengan kurangnya kemampuan dalam pemasaran digital. Tanpa promosi melalui media sosial potensi penjualan menjadi terbatas dan tidak mampu mengikuti tren perilaku konsumen yang kini banyak memanfaatkan sosial media. Digital marketing merupakan bentuk pemasaran yang memanfaatkan teknologi untuk memudahkan pemasaran, platform yang digunakan seperti *ecommerce*, sosial media, website dan lainnya (Abdillah & Sholihah, 2023). Dari beberapa permasalahan yang ada diperlukan pendampingan pada pelatihan perhitungan harga pokok penjualan, pelatihan serta pembuatan pembaruan desain stiker dan banner produk, serta kegiatan pemasaran melalui sosial media pada KWT Arum Lestari Desa Pandak Kecamatan Baturraden. Dengan kegiatan yang dilakukan, diharapkan anggota KWT mampu meningkatkan kemampuan dalam perhitungan harga pokok penjualan agar dapat menentukan harga jual dengan tepat, memperbaiki desain stiker dan banner agar lebih menarik dan pemasaran digital untuk meningkatkan minat konsumen. Pemanfaatan pemasaran digital terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro dan kecil. (Purnomo et al., 2021) menunjukkan bahwa ekonomi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan industri mikro dan kecil di Indonesia, karena mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi pemasaran, serta mendorong peningkatan penjualan produk.

METODE

Lokasi Penelitian

Pelaksanaan kegiatan pendampingan ini yaitu di KWT Arum lestari yang berlokasi di Desa Pandak, Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas. Permasalahan yang dihadapi pertama yaitu kurangnya pemahaman dalam menghitung harga pokok penjualan, padahal perhitungan ini sangat penting untuk menjaga berkelanjutan usaha. Oleh karena itu kami melakukan pendampingan melalui pelatihan perhitungan harga pokok penjualan produk, agar anggota KWT dapat mengetahui keuntungan yang diperoleh dan menentukan harga jual yang tepat. Metode pelatihan dan pendampingan dipilih dalam kegiatan ini karena dinilai efektif dalam meningkatkan kapasitas dan kemandirian pelaku UMKM. Pendekatan ini sejalan dengan pengabdian yang dilakukan oleh (Purnomo & Zumaeroh, 2024), yang menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan dan pelatihan mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta produktivitas kelompok wanita tani dalam mengelola usaha pertanian secara berkelanjutan. Permasalahan yang kedua adalah kurangnya kemampuan dalam membuat desain stiker dan banner untuk kemasan produk. Untuk mengatasi permasalahan tersebut kami melakukan pendampingan melalui pelatihan serta pembuatan desain stiker dan banner menggunakan aplikasi Canva agar tampilan produk lebih menarik dan dapat meningkatkan daya tarik konsumen. Untuk permasalahan ketiga yaitu kurangnya kemampuan dalam pemasaran digital, padahal pemasaran digital sangat diperlukan untuk pengenalan produk dan memperluas jangkauan pasar melalui sosial media, oleh karena itu kami melakukan pendampingan berupa pembuatan akun sosial media tiktok, pembuatan konten tiktok, serta penataan tampilan instagram. Pada aspek alat produksi, KWT Arum Lestari masih menggunakan peralatan lama yang kondisinya sudah rusak. Salah satu alat produksi yang perlu diganti adalah kompor, oleh karena itu kami menghibahkan alat produksi berupa kompor untuk menunjang kelancaran proses produksi. Pelatihan dan pendampingan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

No.	Jenis Kegiatan	Rincian Kegiatan
1.	Persiapan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persiapan tempat pelatihan, materi pendampingan, serta alat bantu yang dibutuhkan. 2. Koordinasi dengan anggota KWT Arum Lestari mengenai jadwal dan kebutuhan pelaksanaan kegiatan.
2.	Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemaparan pentingnya perhitungan HPP dalam menjaga keberlanjutan usaha. 2. Praktik langsung menghitung HPP secara digital, mulai dari bahan baku, tenaga kerja, dan overhead hingga menemukan harga jual yang tepat
3.	Pelatihan Pembuatan Desain Stiker dan Banner Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penjelasan tentang pentingnya identitas visual dan branding UMKM. 2. Pelatihan dan praktik langsung dalam pembuatan desain stiker dan banner menggunakan aplikasi Canva. 3. Pendampingan revisi desain sampai menghasilkan desain final.
4.	Pelatihan Pemasaran Digital	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemaparan pentingnya digital marketing bagi UMKM. 2. Pembuatan akun sosial media Tiktok dan optimalisasi Instagram. 3. Pelatihan pembuatan konten foto dan video 4. Pendampingan upload konten dan strategi peningkatan jangkauan pemasaran.
5.	Pemberian Hibah Kompor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penjelasan penggunaan kompor untuk mendukung peningkatan kapasitas produksi.

2. Penyerahan kompor kepada pihak KWT Arum Lestari sebagai bentuk dukungan sarana produksi

Bahan dan metode yang digunakan dalam kegiatan pendampingan ini telah disusun untuk memastikan setiap tahapan pelaksanaan dapat berjalan secara terarah dan sesuai dengan kebutuhan KWT Arum Lestari. Penyusunan metode yang mencakup persiapan, pelatihan harga pokok penjualan, pembuatan desain stiker dan banner, dan pelatihan pemasaran digital, serta evaluasi memungkinkan proses pendampingan berlangsung efektif dan memberikan pengalaman belajar yang optimal bagi anggota KWT. Dengan metode yang terstruktur dan bahan pelatihan yang relevan, kegiatan ini diharapkan mampu menghasilkan peningkatan kompetensi dan kemandirian anggota KWT Arum Lestari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum kegiatan pendampingan dilaksanakan, KWT Arum Lestari menjalankan usaha pengolahan ubi ungu dengan sistem pengelolaan yang masih sederhana. Penentuan harga jual produk belum didasarkan pada perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) yang sistematis, melainkan hanya berdasarkan perkiraan dan mengikuti harga pasar. Kondisi ini menyebabkan anggota kelompok belum mengetahui secara pasti besaran biaya produksi dan keuntungan yang diperoleh dari setiap produk. Permasalahan tersebut sejalan dengan hasil pengabdian yang dilakukan oleh (Aisha et al., 2024) yang menyatakan bahwa keterbatasan kemampuan manajerial dan perencanaan usaha masih menjadi kendala utama UMKM desa dalam meningkatkan kinerja usahanya.



Gambar 1 Pelatihan perhitungan HPP

Setelah dilakukan pendampingan perhitungan HPP secara digital, anggota KWT Arum Lestari mulai memahami komponen biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku, tenaga kerja, dan biaya pendukung lainnya. Praktik langsung dalam menghitung HPP pada produk olahan ubi ungu membantu anggota menentukan harga jual secara lebih akurat dan rasional. Perubahan ini menunjukkan adanya peningkatan kemampuan anggota dalam mengelola keuangan usaha secara lebih terencana. Temuan ini sejalan dengan (Dunan et al., 2025) yang menegaskan bahwa pelatihan dan pendampingan perhitungan HPP mampu meningkatkan pemahaman pelaku usaha dalam menentukan harga jual dan menjaga keberlanjutan usaha.

Pada aspek identitas visual produk, sebelum pendampingan dilakukan, stiker dan banner produk KWT Arum Lestari masih terlihat sederhana dan kurang menarik. Informasi produk belum tersaji secara optimal dan identitas produk belum terbentuk secara kuat, sehingga daya tarik produk di mata konsumen masih terbatas. Setelah dilakukan pendampingan pembuatan dan pembaruan desain menggunakan aplikasi Canva, tampilan stiker dan banner produk mengalami perubahan yang signifikan. Desain baru menjadi lebih menarik, informatif, dan konsisten dengan karakter produk olahan ubi ungu. Kondisi ini sejalan dengan hasil pengabdian (Adhitya & Kencana, 2024) yang

menyatakan bahwa inovasi kemasan dan penguatan identitas visual berperan penting dalam meningkatkan citra dan daya saing produk UMKM.

Pada desain banner yang baru dibuat untuk memperkuat identitas visual usaha dan meningkatkan daya tarik konsumen. Banner diperbarui dengan tampilan yang lebih modern, penggunaan warna yang lebih kontras, serta penataan elemen visual yang rapi dan mudah dibaca. Informasi utama seperti nama, alamat KWT, jenis produk yang dijual, dan logo ditampilkan secara jelas agar mudah dikenali oleh konsumen. Pembaruan desain banner ini bertujuan menjadikan banner tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana branding yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk KWT Arum Lestari.



Gambar 2 Banner lama.



Gambar 3 Banner baru

Desain stiker cireng ubi ungu diperbarui dengan tampilan yang lebih kekinian, menonjolkan identitas produk melalui pemilihan warna ungu dan menambahkan gambar ilustrasi ubi ungu yang mencerminkan bahan utama yang dipakai yaitu ubi ungu, serta penggunaan tipografi yang lebih jelas dan mudah dibaca. Informasi seperti nama produk, identitas KWT, dan foto produk tertata rapi sehingga kemasan lebih terlihat menarik dan berkualitas.



Gambar 4 Desain stiker timus ubi ungu dan cireng ubi ungu terbaru

Desain stiker timus ubi ungu yang dirancang dengan memperlihatkan kesederhanaan dan kerapian desain. Tampilan lama yang kurang konsisten diperbaiki dengan penataan visual yang lebih seimbang. Desain baru memberikan kesan produk tradisional yang dikemas secara modern, sehingga mampu menarik konsumen dari berbagai kalangan.



Gambar 5 Desain stiker kripik ubi ungu dan sistik ubi ungu terbaru

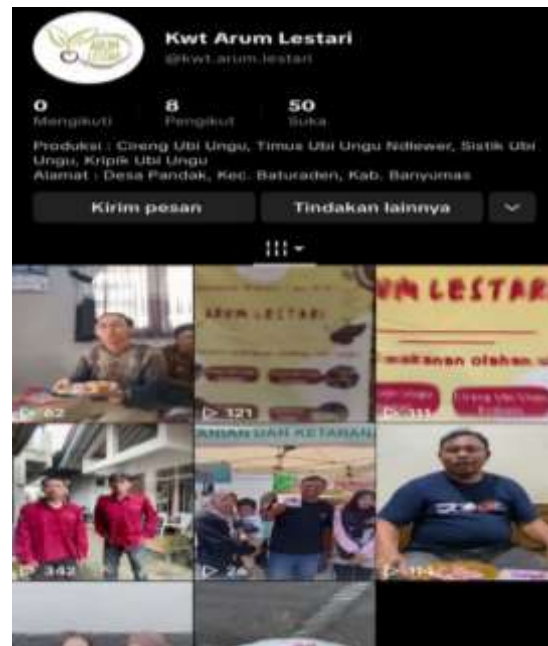
Stiker kripik dan sistik ubi ungu diperbarui secara bersamaan dengan konsep desain yang seragam. Pada semua desain stiker terdapat gambar ilustrasi ubi ungu dan warna utama yang digunakan adalah warna ungu untuk menyesuaikan dengan identitas visual KWT Arum Lestari. Kombinasi warna, tipografi, dan tata letak dibuat konsisten sehingga kemasan terlihat rapi, modern, dan mudah dikenali oleh konsumen. Pembaruan desain stiker bertujuan untuk meningkatkan nilai estetika kemasan serta memperkuat citra produk agar mampu bersaing di pasaran.

Pada aspek pemasaran digital, sebelum dilakukan pendampingan, pemanfaatan media sosial oleh KWT Arum Lestari masih sangat terbatas. Akun Instagram belum dikelola secara optimal dan belum dimanfaatkan sebagai sarana promosi aktif, sementara platform TikTok belum digunakan. Penguatan strategi pemasaran yang meliputi pemanfaatan media pemasaran memberikan pengaruh nyata terhadap peningkatan nilai jual produk KWT Arum Lestari. Hal ini mendukung temuan (Purnomo et al., 2024) yang menunjukkan bahwa pendampingan UMKM berperan dalam memperluas pemasaran dan meningkatkan daya saing produk, sehingga usaha masyarakat dapat berkembang secara berkelanjutan. Setelah dilakukan pendampingan, anggota KWT Arum Lestari mampu membuat, mengelola, dan mengunggah konten promosi berupa foto dan video produk secara mandiri. Aktivitas promosi melalui media sosial membantu meningkatkan visibilitas produk serta memperluas jangkauan pasar. Hasil ini mendukung temuan (Sutanto et al., 2024) yang menyatakan bahwa pemanfaatan Instagram sebagai media pemasaran digital mampu meningkatkan jangkauan pasar dan interaksi UMKM dengan konsumen.

Selain itu, penerapan pemasaran digital juga mendorong proses digitalisasi usaha KWT Arum Lestari secara bertahap. Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi memberikan peluang bagi produk untuk dikenal lebih luas di luar wilayah desa. Hal ini sejalan dengan (Firmasari et al., 2025) yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi dan digitalisasi usaha berkontribusi positif terhadap peningkatan kinerja bisnis UMKM.



Gambar 6 Instagram KWT Arum Lestari terbaru



Gambar 7 Tiktok KWT Arum Lestari terbaru

Sebelum pendampingan dilakukan, pada aspek produksi KWT Arum Lestari menghadapi keterbatasan alat produksi, khususnya penggunaan kompor lama yang kondisinya sudah tidak optimal. Kondisi ini berdampak pada proses produksi yang kurang efisien dan berpotensi menghambat kelancaran produksi. Setelah dilakukan pemberian hibah alat produksi berupa kompor, proses produksi menjadi lebih lancar, aman, dan efisien. Ketersediaan alat produksi yang lebih memadai membantu meningkatkan efektivitas kerja anggota serta mendukung peningkatan kapasitas produksi kelompok. Dukungan sarana produksi ini menjadi faktor penting dalam memperkuat keberlanjutan usaha KWT Arum Lestari.



Gambar 8 Penyerahan kompor baru

Secara keseluruhan, selain peningkatan pada aspek manajerial, branding, dan pemasaran digital, kegiatan pendampingan ini juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan KWT Arum Lestari. Berdasarkan hasil observasi dan informasi dari anggota KWT, setelah penerapan perhitungan HPP yang lebih akurat, pembaruan desain stiker dan banner, serta promosi melalui media sosial, terjadi peningkatan pada minat beli konsumen terhadap produk olahan ubi ungu. Produk menjadi lebih dikenali, harga jual ditetapkan secara lebih rasional, dan jangkauan pemasaran semakin

luas. Kondisi ini berdampak pada meningkatnya volume penjualan dibandingkan sebelum pendampingan dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan pengelolaan biaya produksi, penguatan branding, dan pemanfaatan pemasaran digital mampu mendorong peningkatan penjualan serta memperkuat keberlanjutan usaha KWT Arum Lestari. Hasil tersebut sejalan dengan pengabdian yang dilakukan oleh (Purnomo & Retnowati, 2023) yang menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan dan pelatihan mampu meningkatkan kapasitas usaha serta mendorong pengembangan UMKM.

Sebelum kegiatan pendampingan dilakukan rata-rata jumlah produksi dan penjualan berada pada kisaran 10-15 kemasan perbulan untuk setiap jenis produk olahan ubi ungu. Setelah penerapan perhitungan HPP yang lebih akurat, pembaruan desain stiker dan banner, serta promosi aktif melalui media social, jumlah penjualan mengalami peningkatan secara bertahap sekitar 25-45 kemasan perbulan. Peningkatan penjualan tersebut menunjukkan bahwa integrasi antara pengelolaan biaya produksi, penguatan branding, dan pemanfaatan pemasaran digital mampu meningkatkan minat beli konsumen serta memperkuat kinerja usaha KWT Arum Lestari. Berdasarkan hasil pendampingan yang telah dilakukan, KWT Arum Lestari mengalami peningkatan kemampuan dalam mengelola usaha, baik dari aspek perhitungan biaya produksi, penguatan identitas produk, maupun pemasaran digital. Peningkatan tersebut berdampak pada bertambahnya jumlah penjualan dan pendapatan usaha secara bertahap. Temuan ini sejalan dengan (Retnowati et al., 2022) yang menyatakan bahwa pelatihan kewirausahaan bagi ibu-ibu PKK mampu meningkatkan pengetahuan dan motivasi masyarakat dalam memulai serta mengembangkan usaha, sehingga berkontribusi pada peningkatan pendapatan rumah tangga. Hal ini menegaskan bahwa kegiatan pendampingan tidak hanya berdampak pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota, tetapi juga memberikan hasil nyata berupa pertumbuhan penjualan dan pendapatan usaha secara berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan rangkaian kegiatan pendampingan yang telah dilaksanakan pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Arum Lestari di Desa Pandak, Kecamatan Baturaden, Kabupaten Banyumas, program kegiatan pendampingan ini berjalan dengan baik dan berhasil meningkatkan kemampuan dan kinerja usaha. Pendampingan yang dilakukan secara terstruktur melalui pelatihan perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP), anggota KWT memperoleh pemahaman lebih baik dalam mengelola biaya produksi serta menentukan harga jual produk dengan tepat dan terukur. Pada pembaruan identitas visual melalui desain stiker dan banner mampu meningkatkan daya tarik produk dan memperkuat branding produk KWT Arum Lestari. Pendampingan pemasaran digital melalui pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok dapat memberikan peluang perluasan jangkauan pasar dan meningkatkan kepercayaan diri anggota dalam mempromosikan produk. Untuk menjaga keberlanjutan dan pengembangan usaha, KWT Arum Lestari disarankan agar terus menerapkan ilmu dan keterampilan yang telah diperoleh, khususnya dalam pencatatan biaya produksi, perhitungan HPP, inovasi pada produk, dan meningkatkan kreativitas dan intensitas promosi digital secara konsisten. Dukungan dan pendampingan lanjutan dari pihak terkait, seperti pemerintah, akademisi, maupun mitra usaha, juga sangat dianjurkan untuk memperkuat keberlanjutan usaha dan memperluas dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. A., & Sholihah, D. D. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Umkm Guna Mendukung Tercapainya Sdgs Desa Kewirausahaan Di Kelurahan Plosokerep Kota Blitar. *Jurnal Nusantara Berbakti*, 1(4), 25–32.
- Adhitya, B., & Kencana, H. (2024). Pemberdayaan Umkm Poklhasar Bunda Madani Melalui Peningkatan Digital Marketing Dan Inovasi Kemasan Bagus. *Wikuacity: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* <https://Wikuacity.Unwiku.Ac.Id/>, 03(01), 36–43. <https://doi.org/10.56681/Wikuacity.V3i1.154>

- Aisha, I., Istighfan, Y., Karimatussya, I., Kurniawan, A., Kholil, M., & Wihartati, W. (2024). Penguatan Ekonomi Lokal Desa Sendangdawung Melalui Workshop Dan Pendampingan Umkm. *Kesejahteraan Bersama: Jurnal Pengabdian Dan Keberlanjutan Masyarakat*, 1(4), 30–37. <https://doi.org/https://doi.org/10.62383/Bersama.V1i4.536> Available
- Astuti Handayani, M., Suwarni, E., Fernando, Y., Fitri, Eko Saputra, F., & Fitri. (2022). Pengelolaan Keuangan Bisnis Dan Umkm Di Desa Balairejo. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 1–7.
- Dunan, H., Purnomo, A., Ardiansyah, Marzuki, & Irsandi. (2025). Peningkatan Keterampilan Penyusunan Laporan Keuangan Dan Perhitungan Harga Pokok Produksi Bagi Komunitas Cerebral Palsy. *Jurnal Pengabdian Umkm. Pusat Studi Umkm – Universitas Bandar Lampung, Bandar Lampung, Lampung – Indonesia*. <https://jpu.ubl.ac.id/index.php/jpu>, 4, 33–42.
- Firmasari, P., Arpilliya, P., & Kurnia, M. S. (2025). Peran Technology-Organization-Environment (Toe) Dan Digital Finance Terhadap Kinerja Bisnis Umkm Provinsi Jambi Melalui Green Innovation. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 14(03), 1259–1276.
- Hanasi, R. A., Kadir, M. K. K., Malae, A. K., & Kasim, M. (2023). Sosialisasi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Desa Posso Dan Desa Bubode Kabupaten Gorontalo Utara. *Sosiologi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(November), 10–22. <http://ejournal.fis.ung.ac.id/index.php/sjppm/about%0asosialisasi>
- Kemenko Perekonomian. (2022). *Perkembangan Umkm Sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Kurniawan, A., Alinda, T., Ramdhani, F., & Alawi, M. (2023). Pendampingan Umkm Kripik Pisang Dan Talas Melalui Packaging Dan Digital Marketing Di Kelurahan Rakam, Kabupaten Lombok Timur, Ntb. *Komatika*, 3(1), 20–28. <https://doi.org/10.34148/Komatika.V3i1.620>
- Maharani, Pratiwi, I., & Sudaryati Soeka, Y. (2023). Komposisi Nutrisi, Kandungan Senyawa Bioaktif Dan Uji Hedonik Kue Tepung Ubi Ungu (*Ipomoea Batatas Cultivar Ayamurasaki*) Fermentasi *Jurnal Biologi Indonesia*, 19(1), 43–56. <https://doi.org/10.47349/jbi/19012023/43>
- Manto, R. A., Indriani, R., & Saleh, Y. (2023). Peran Kelompok Wanita Tani (Kwt) Terhadap Peningkatan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus Kwt Muda Mandiri Desa Dutohe Barat Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango) *Agri-Sosioekonomi Unsrat*, 19, 761–768.
- Purnomo, S. D., Adhitya, B., & Zumaeroh. (2021). Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Industri Mikro Dan Kecil Di Indonesia. *Ekonomikawan : Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 21(1), 85–95. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawacan/article/view/6248>
- Purnomo, S. D., & Retnowati, D. (2023). Pengolahan Kulit Lumpia Dan Pangsit Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah “ Aw Snack .” *Wikuacity: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 02(02), 100–104. <https://doi.org/10.56681/Wikuacity.V2i2.115>
- Purnomo, S. D., & Zumaeroh. (2024). Pendampingan Umkm Dalam Mendukung Keberlanjutan Usaha Pertanian Pada Kelompok Wanita Tani Cempaka. *Wikuacity: Jurnal*

- Pengabdian Kepada Masyarakat*, 03(01), 44–52.
<https://doi.org/10.56681/Wikuacity.V3i1.155>
- Purnomo, S. D., Zumaeroh, Larasati, S., & Kinanti, R. (2024). Peningkatan Keterampilan Sumber Daya Manusia Dan Strategi Pemasaran. *Wikuacity: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 03(02), 149–157. <https://doi.org/10.56681/Wikuacity.V3i2.185>
- Retnowati, D., Winarto, H., Purnomo, S. D. (2022). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Ibu-Ibu Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga. *Wikuacity: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 85–89.
- Sulistiyani, Sugiarti, G., & Mardiyono, A. (2025). Pemanfaatan Inovasi Produk Lokal Ubi Ungu Pada Kelurahan Mangunsari Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang. *Manggola Journal Pengabdian Masyarakat*, 2(11), 1103–1109.
- Sutanto, H. A., Rachmansyah, Y., Styowati, W., Dwiasti Safitri, N., & S Tanjung, D. (2024). Peran Media Sosial Instagram Dalam Memperluas Jangkauan Pasar Umkm Komoditas Kopi Dusun Sirap Kabupaten Semarang. *Econbank: Journal Of Economics And Banking*, 6, 288–297.
- Wiguna, P., Nuraeny, A., Puput, A., & Arif, C. (2024). Penerapan Inovasi Desain Sticker Dan Banner Sebagai Branding Umkm Di Desa Lumbu. *Wikuacity: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 03(02), 84–90. <https://doi.org/10.56681/Wikuacity.V3i2.208>