

## **Pengembangan UMKM Zema Moring Melalui Inovasi Produk dan Pemasaran Online**

### **Zema Moring MSME Development Through Product Innovation and Online Marketing**

Shifa Fadhilla Azzahra<sup>1</sup>, Erwanda Praja Yusup<sup>2</sup>, Sobrul Laeli<sup>3</sup>, Yusuf Safari<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam dan Pendidikan Guru Universitas Djuanda Bogor, Jl Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35, Bogor 16720, e-mail: syifazahra2507@gmail.com

<sup>2</sup>Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam dan Pendidikan Guru Universitas Djuanda Bogor, Jl Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35, Bogor 16720, e-mail: erwandaprajayusup@gmail.com

<sup>3</sup>Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar Fakultas Agama Islam dan Pendidikan Guru Universitas Djuanda Bogor, Jl Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35, Bogor 16720, e-mail: sobrul.laeli@unida.ac.id

<sup>4</sup>Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar Fakultas Agama Islam dan Pendidikan Guru Universitas Djuanda Bogor, Jl Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35, Bogor 16720, e-mail: yusuf.safari@unida.ac.id

(Diterima: 05-09-2022; Ditelaah: 05-11-2022; Disetujui: 15-04-2023)

#### **Abstrak**

*Inovasi produk merupakan sebuah cara agar sebuah produk memiliki daya saing. Salah satu bentuk inovasi produk yaitu melalui kemasan serta pengembangan varian rasa. Di Desa Banjarwangi terdapat salah satu UMKM yang cukup potensial yaitu UMKM Zema moring, UMKM ini mengalami kendala dalam hal branding produk dan pemasaran secara online. Maka dari itu tim PKM menyusun program inovasi produk berupa pembaharuan kemasan serta pelatihan digital marketing. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kesadaran pentingnya inovasi kemasan, dalam mengemas produk agar lebih menarik dan melindungi produk dengan baik, serta menggunakan kemasan sesuai jenis produk, serta meningkatkan pemahaman Pelaku UMKM terhadap digital marketing sebagai media pemasarannya. Metode yang dilakukan adalah dengan mengumpulkan data dan informasi, menyusun konsep desain produk dan konsep pelatihan digital marketing, menentukan media yang akan digunakan, pelaksanaan program, uji coba produk dan publikasi produk. Hasil program menunjukkan adanya peningkatan penjualan produk, terbukti pada UMKM Zema Moring bahwa desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan memiliki pengaruh besar terhadap kesuksesan branding bisnis. Pelaku UMKM pun akhirnya paham mengenai digital marketing serta pentingnya inovasi produk.*

**Kata kunci:** Inovasi Produk, Pemasaran Digital, UMKM

#### **Abstract**

*Product innovation is a way for a product to be competitive. One form of product innovation is through packaging and the development of flavor variants. In Banjarwangi Village, there is one MSME that is quite potential, namely MSME Zema Moring, this MSME is experiencing problems in terms of product branding and online marketing. Therefore, the PKM team developed a product innovation program in the form of packaging renewal and digital marketing training. The goal is to increase awareness of the importance of packaging innovation, in packaging products to make products more attractive and protect products well, and use packaging according to product types, as well as increase MSME players' understanding of digital marketing as a marketing medium. The data collection method used is by collecting data and information, compiling product design concepts and digital marketing training concepts, determining the media to be used, implementing programs, product trials and product publications. The program results show an increase in product sales, as evidenced by Zema Moring SMEs that attractive packaging designs can increase consumer loyalty and have a major influence on the success of business branding. MSME actors finally understand about digital marketing and the importance of product innovation*

**Keywords:** Digital Marketing, MSME, Product Innovation

## PENDAHULUAN

Persaingan industri yang semakin ketat saat ini menjadi tantangan besar bagi pemilik UMKM di Indonesia. Mau tidak mau, para pemilik usaha harus memikirkan cara agar produknya tampak lebih menarik dan berbeda dari kompetitor. Maka dari itu diperlukan sebuah inovasi agar menjadi nilai tambah dan ciri khas tersendiri bagi Pelaku UMKM. Program inovasi dan pengembangan UMKM dari beberapa faktor sangat dibutuhkan (Hardilawati, 2020). Selain untuk keberlangsungan usaha sekaligus dalam rangka pengembangan usaha tersebut, terutama yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi informasi dalam hal ini penggunaan media pemasaran produk yang salah satu tujuannya adalah memaksimalkan pemasaran dari produk yang dibuat (Rifai & Meiliana, 2020). Selain hambatan dalam mengakses modal, salah satu hambatan yang melingkupi UMKM adalah dalam hal strategi pemasaran khususnya komunikasi pemasaran dan kemampuan menggunakan teknologi (Elsandra & Yulianto, 2013; Ayunin et al., 2021).

Dalam menghadapi kompetensi yang semakin ketat dibutuhkan sebuah inovatif agar sebuah produk memiliki daya saing. Salah satu langkah inovatif yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan inovasi produk melalui inovasi kemasan dan inovasi rasa (Rohimah & Kurnia, 2021). Melihat bahwa kesan pertama adalah hal yang penting, maka membuat kemasan pada produk UMKM menjadi esensi utama dalam suatu produk. Fungsi kemasan atau packaging ini sendiri tidak hanya menjaga produk tetap aman, melainkan juga menjadi daya tarik bagi pelanggan. Kemasan yang cantik dan unik bahkan bisa menjadi identitas dari merek itu sendiri dan diingat oleh banyak pelanggan. Dengan demikian, hal tersebut merupakan faktor yang tidak boleh disepelekan oleh UMKM (Tobing & Aini, 2022).

Kelemahan yang masih sering dihadapi oleh para pelaku UMKM adalah kemasan produk yang bisa dibilang biasa saja bahkan tidak menarik. Kemasan adalah salah satu kelemahan produk UMKM atau bertarung dengan produk-produk perusahaan pabrikan besar. Beberapa masalah seperti keterbatasan modal, akses pasar dan volume produksi membuat sebagian pelaku UMKM tidak menganggap kemasan atau packaging menjadi unsur penting dari usaha mereka. Selain itu, terbatasnya kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital menjadi hambatan tersendiri bagi pelaku UMKM. Digital Marketing sangat berperan dalam sebuah usaha, dengan adanya digital marketing jangkauan produk yang kita jual bisa tersebar secara luas, maka otomatis akan meningkatkan penjualan bagi sebuah usaha (Wijayanti et.al, 2022).

Di Desa Banjarwangi terdapat UMKM yang cukup potensial, salah satunya adalah UMKM Zema Moring . Moring adalah makanan ringan yang berbahan dasar dari tepung tapioka. UMKM Zema Moring didirikan oleh Bapak Heri Sujana pada tahun 2008. Nama Zema berasal dari nama anaknya yang dijadikan merk atau brand pada usahanya. Dalam proses produksi yang digunakan oleh UMKM ini sudah cukup modern, mulai dari alat press, alat pemotong serta kualiti dan kompor yang besar.

Persoalan yang terjadi pada UMKM Zema Moring, yaitu terjadi dalam hal packaging atau kemasan yang kurang menarik, varian rasa keripik yang masih sedikit dan pengelolaan manajemen pemasarannya. Dalam hal kemasan, UMKM Zema Moring masih

menggunakan plastik bening yang di press menggunakan alat dan label kemasan produk yang kurang menarik. Sedangkan dalam varian rasa keripik moring hanya ada 2 rasa yaitu original dan hot. Padahal banyak varian rasa lain yang bisa digunakan untuk keripik moring ini seperti rasa jagung, balado, keju barbeque dan lain-lain. Dengan menambah varian rasa maka konsumen akan lebih tertarik membeli karena varian rasa yang ditawarkan tidak monoton. Hal lain yang masih sederhana adalah dalam hal pengelolaan manajemen administrasi pembukuan dan pemasarannya. Dalam pemasaran produknya para pelaku UMKM sebenarnya sudah memiliki channel atau saluran pemasarannya sendiri seperti dititipkan di warung, toko dan membuka grosiran atau open reseller. Sedangkan dalam proses administrasi pembukuan masih secara manual menggunakan buku.

Solusi yang ditawarkan berkaitan dengan permasalahan yang dialami oleh mitra, tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat memberikan beberapa solusi yaitu pembuatan desain kemasan baru, ide pengembangan varian rasa baru serta pelatihan digital marketing. Selain itu penulis juga mengenalkan aplikasi bukukas untuk pencacatan pembukuan usaha secara otomatis pada pelaku UMKM, tujuannya adalah menghemat waktu dan efisien.

## **METODE PELAKSANAAN**

Untuk melakukan pengembangan UMKM pada UMKM Zema Moring di Desa Banjarwangi maka kami melakukan survey ke pelaku UMKM Zema Moring. Survei dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi, kegiatan survei dilakukan dengan cara mengunjungi lokasi usaha UMKM Zema Moring dan mewawancarai pemilik usaha secara langsung dengan hasil menentukan program yang akan dijalankan beserta waktu pelaksanaan program kerja. Adapun tahapan-tahapan untuk melaksanakan program inovasi produk serta pelatihan digital marketing yaitu:

### **1. Tahapan Persiapan**

Persiapan program Inovasi Produk Untuk pembuatan desain kemasan dimulai dengan menentukan konsep desain kemasan serta rekapitulasi harga yang akan dikeluarkan. Begitupun dengan pengembangan varian rasa, yaitu menentukan varian rasa yang kira kira cocok dan diminati banyak orang. Setelah itu menyiapkan media yang akan digunakan seperti aplikasi canva, photoshop, dsbg.

Untuk pelatihan digital marketing dimulai dengan menentukan media yang digunakan. Media yang digunakan berupa instagram, dalam program ini yang akan dikembangkan yaitu branding produk dan pembuatan *content marketing*.

### **2. Tahapan Pelaksanaan**

Dalam tahap ini beberapa hal yang dilakukanyaitu:

- 1) Program Inovasi Produk berupa pembuatan desain kemasan baru dilakukan kepada UMKM Zema moring dengan mendiskusikan pemilihan tema, warna, bentuk dan tulisan serta bahan yang akan digunakan dengan menyesuaikan budget dan tetap memperhatikan nilai estetika. Media pembuatan desainnya

yaitu menggunakan aplikasi canva. Sedangkan untuk pengembangan varian rasa dilakukan percobaan pembuatan produk baru dengan varian rasa yang kemungkinan cocok untuk produk tersebut yaitu rasa jagung.

- 2) Pelaksanaan Program Pelatihan Digital Marketing dilakukan pada pelaku UMKM Zema Moring. Pelatihan akan fokus terhadap pengemasan konten produk untuk Digital Marketing, melakukan praktek menggunakan media online Digital Marketing di Instagram dan simulasi proses pemasaran produk dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada Instagram seperti instastory, highlight, hastag dan linktree.

### 3. Tahapan Evaluasi

Tahapan evaluasi dilakukan sebagai tinjauan mengenai efisiensi dari inovasi produk berupa pembaharuan kemasan, pengembangan rasa serta pelatihan digital marketing. Tahap evaluasi dilakukan pada akhir minggu ke-4 dengan dilakukan kunjungan kembali ke sasaran untuk memonitoring kegiatan produksi UMKM apakah sudah dijalankan dengan baik dan sesuai dengan arahan yang sudah diarahkan selama kegiatan PKM.

## HASIL & PEMBAHASAN

### Program Inovasi Produk

Pada program inovasi produk, tim PKM melakukan inovasi berupa pembaharuan kemasan serta pengembangan varian rasa. Tujuan pelaksanaan kegiatan pengembangan inovasi ini dengan upaya membuka pola pikir pelaku UMKM bahwa *first impression matter*. Karena terkadang konsumen melihat sesuatu yang ingin dibeli dari luar terlebih dahulu, apabila suatu produk tersebut secara desain kemasan menarik, rapih dan bersih tentu saja akan meningkatkan penjualan produk bahkan bisa meningkatkan harga jual. Adapun teknis pelaksanaan yang dilaksanakan sebagai berikut:

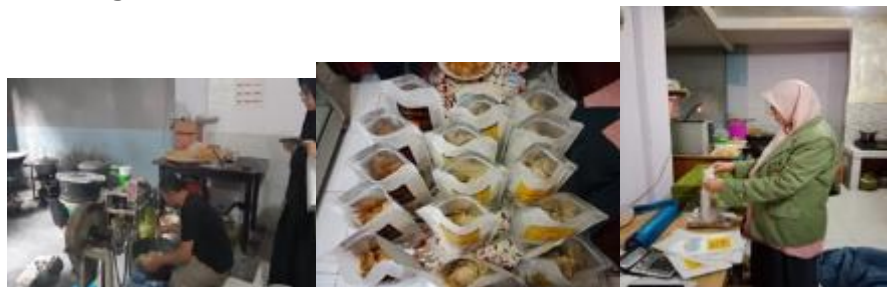
1. Mempersiapkan konsep desain kemasan dan pengembangan varian rasa serta pemilihan bahan baku.
2. Proses pembuatan logo dan label produk. Saat menjalankan sebuah bisnis, Logo merupakan suatu hal yang penting karena komponen ini merupakan identitas visual dari suatu merk. Dengan adanya logo, maka produk Anda akan lebih mudah diingat dan dikenal oleh banyak orang. Logo juga bisa dijadikan sebagai identitas utama dari seluruh platform dan channel marketing yang akan Anda gunakan. Oleh karena itu, logo sangat penting dalam mencerminkan suatu kepribadian dan jiwa pada suatu brand. Pada tahap ini, pemilik UMKM keripik moring sudah memiliki nama brand dan label produk tersendiri namun label produk kurang menarik sehingga pemilik UMKM meminta untuk dibuatkan Label produk atau desain kemasan yang lebih menarik dengan memperhatikan pemilihan warna, font serta elemen yang digunakan. Untuk standing pouch yang kita gunakan pun menggunakan ziplock untuk keripik moring

yang berukuran 200 gram tujuannya supaya lebih praktis dan memudahkan konsumen saat mengkonsumsi produk keripik moring.



*Gambar 1. Logo dan Label Produk Zema Moring*

3. Pada kegiatan ini, tim pengabdian melakukan percobaan pengembangan varian rasa pada keripik moring yaitu rasa jagung. Karena sebelumnya keripik moring ini hanya memiliki 2 varian rasa yaitu pedas dan original. Berdasarkan hal tersebut kami memilih varian rasa jagung, karena cocok untuk yang tidak menyukai rasa pedas serta cocok untuk konsumen yang bosan apabila hanya rasa gurih saja. Proses pelaksanaannya dilakukan di rumah produksi pelaku UMKM dengan tahapan moring yang belum diberikan varian rasa. Setelah itu, mulailah pengemasan baru dengan berat bersih 200 gram.



*Gambar 2. Proses Pengembangan Varian Rasa dan Pengemasan*

### **Program Pelatihan Digital Marketing**

Digital marketing adalah istilah umum untuk pemasaran barang atau jasa yang ditargetkan, terukur, dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital (andy,2021). Digital marketing ini merupakan bentuk usaha seseorang maupun perusahaan dalam memasarkan serta mempromosikan produk melalui media internet ataupun media sosial dengan tujuan agar bisa menjangkau konsumen maupun calon konsumen dengan cepat dan meluas. Permasalahan yang sering terjadi pada pelaku UMKM adalah kurangnya pemahaman UMKM mengenai digital marketing. Maka tim kkn memberikan pelatihan

digital marketing pada UMKM Keripik Moring.

Bentuk pelaksanaan Pelatihan digital marketing dilakukan dengan pendampingan kepada pelaku UMKM keripik moring untuk meningkatkan pemasaran, promosi, penjualan, otomatis pada aplikasi Bukukas. Adapun teknis pelaksanaan yang dilaksanakan sebagai berikut :

1. Menentukan konsep pelatihan digital marketing serta media yang akan digunakan. Kemudian media yang akan digunakan yaitu instagram, karena sebelumnya pelaku UMKM sudah mempunyai akun instagram namun belum bisa memaksimalkan fitur-fitur yang disediakan di instagram.

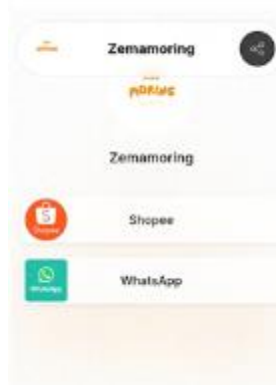
2. Pembuatan desain feed Instagram

Desain feed Instagram merupakan kunci keberhasilan proses branding melalui Instagram. Baik itu untuk akun personal maupun bisnis. Dengan adanya feed tersebut akan membuat audiens mengetahui kesan visual yang ingin ditampilkan. Feed Instagram harus dibuat dengan serapih mungkin, karena nilai profesionalisme suatu toko online bisa dilihat dari kerapian feed instagramnya, kerapian feed Instagram bisa membantu untuk membangun kepercayaan bagi para calon pembeli, dapat meningkatkan popularitas dan juga membantu menambah jumlah followers baru.



*Gambar 4. Feed Instagram*

3. Pembuatan Bioprofil, Linktree dan Hastag Dalam implementasinya kami mengajarkan pelaku UMKM untuk membuat linktree, bioprofil dan hastag. Dimana fungsi Linktree yaitu untuk membantu membuat landing page dalam bentuk sederhana yang isinya beberapa tautan ke media sosial lain, akun WhatsApp, e-commerce, maupun ke website. Dengan cara ini, integrasi antar akun bisa secara otomatis terbangun. Selain itu, penggunaan Linktree akan memudahkan calon konsumen mendapatkan informasi yang lebih lengkap mengenai brand kita, bahkan bisa langsung mengambil keputusan untuk melakukan konversi atau pembelian. Link tree yang kami buat pada UMKM Zema Moring yaitu memuat akun WhatsApp dan Telegram.



Gambar 5. Linktree Zema Moring

Bio Instagram merupakan kolom di bagian profil yang bisa diisi dengan deksripsi singkat. Bio ini merupakan informasi pertama yang bisa audiens baca sehingga diisi dengan benar dan lengkap. Laman profil di Instagram ini gunanya untuk mencantumkan lokasi, alamat email, hingga nomor telepon. Dengan begitu, akun bisnis Instagram akan terlihat lebih kredibel sehingga bisa meningkatkan brand awareness.



Gambar 6. Bioprofil Instagram Zema Moring

Selanjutnya pembuatan hastag, hastag atau tanda pagar ini berfungsi untuk Mempermudah pengelompokan konten dan pencarian di Instagram. Dengan hastag kita bisa mengelompokkan konten bisnis yang kita pilih di Instagram secara spesifik dengan menggunakan hashtag tertentu. Sehingga penggunaannya hanya menggunakan tagar Instagram tersebut jika ingin mengakses kelompok konten tertentu. Pada UMKM Zema Moring, hastag yang kami buat yang berhubungan dengan produk yang dijual yaitu #Makananringan, #Camilan, #Kriuk, #Renyah, #Keripikmoring #Moring.

#### 4. Pengenalan Aplikasi Bukukas

Untuk pelatihan pembukuan otomatis lewat aplikasi Bukukas, pelaku UMKM diberikan pengarahan tata cara penjualan dan pemasukan transaksi baik itu pemasukan modal awal, biaya produksi, struk penjualan, dan semua transaksi yang berkaitan sehingga semua data yang dimasukkan dalam aplikasi Bukukas menjadi otomatis terlihat keuntungan penjualan, resi bukti penjualan, serta keuntungan yang

didapat terhitung jelas di aplikasi tersebut.



*Gambar 8. Pemaparan Materi*

### **Hasil Kegiatan dari Program Inovasi Produk dan Pelatihan Digital Marketing**

Hasil dari program Inovasi produk berupa pembaharuan kemasan serta pengembangan varian rasa pada UMKM moring memberikan respon yang positif dari konsumen. Produk yang dijual terkesan premium serta higienis sehingga pelaku UMKM dapat meningkatkan harga jual. Sedangkan pengembangan varian rasa pada keripik moring juga memberikan respon positif, konsumen menyukai varian rasa baru yaitu jagung yang membuat mereka tidak bosan karena ada varian rasa baru, cocok untuk yang tidak menyukai pedas serta rasa asin yang berlebihan.

Hasil dari kegiatan dari pelatihan digital marketing pada UMKM zema moring mengalami peningkatan penjualan. Berikut hasil penjualan melalui Instagram:

*Tabel 1. Jumlah Penjualan Produk Promosi*

No	Penjualan	Jumlah
1.	Bulan Juli 2022	15 kemasan
2.	Bulan Agustus 2022	50 kemasan

Hal ini bermakna positif, pelaku UMKM dapat memaksimalkan penjualannya melalui digital marketing. Selain itu kegiatan ini memberikan hasil berupa:

- a. Dengan adanya promosi digital marketing melalui instagram, penjualan dan pemasaran menjadi lebih luas yang tadinya hanya batasan wilayah dekat produksi yaitu wilayah bogor kemudian meluas ke wilayah luar kota bogor seperti cianjur, bogor utara, sukabumi.
- b. Pelaku UMKM memiliki pengetahuan, keterampilan, mengelola media social instagram dengan memanfaatkan fitur yang tersedia seperti feed, linktree dan cara membuat bioprofil yang benar.
- c. Dengan adanya aplikasi Bukukas dan pelatihan tata cara penggunaannya, maka pelaku UMKM sangat mudah untuk menganalisis penjualan dan keuntungan yang didapat.



## KESIMPULAN

Dari hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Banjarwangi Kp. Cibolang, diperoleh kesimpulan sebagai berikut: kami telah melakukan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM Keripik Moring dalam upaya memberikan inovasi dan pengembangan UMKM dari segi pemasaran. Kegiatan Inovasi produk berupa pembaharuan kemasan serta pengembangan varian rasa memberikan hasil yang baik, yaitu terbukanya pola pikir pelaku UMKM mengenai first impression matter. Kemasan yang menarik dan higienis akan berdampak kepada peningkatan penjualan. Pelaku UMKM dapat mempertahankan brand image productnya. Selain itu dari kegiatan pengembangan varian rasa pun berdampak baik, konsumen memiliki banyak pilihan varian rasa sehingga konsumen tidak merasa bosan.

Sedangkan untuk Kegiatan pelatihan pemanfaatan Digital Marketing bagi UMKM memberikan hasil yang sangat baik pula bagi UMKM Zema Moring. Minimnya pengetahuan pelaku UMKM mengenai Digital Marketing di awal kegiatan dilakukan telah dapat ditingkatkan setelah pendampingan dilakukan. Pelaku UMKM semakin memahami pentingnya Digital Marketing, sebagai sarana promosi dan komunikasinya, serta telah mempraktikkan secara langsung dengan memanfaatkan media sosial instagram serta fitur chat WhatsApp. Dengan adanya program kegiatan pengabdian masyarakat, semoga dapat memberikan kontribusi secara maksimal bagi sasaran atau pelaku usaha dengan serangkaian agenda program kerja, pelaku usaha dapat meneruskan inovasi produk sehingga output pendapatan dapat sesuai dengan hasil yang maksimal. Harapannya, selama pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan kurang lebih 30 hari ini dapat menyadarkan kembali pelaku UMKM tentang pentingnya melakukan pengembangan pada usaha yang dijalankan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayunin, N., Fitri, F., & Raflyani, F. (2021). Inovasi Mesin Duta Baru sebagai Pengaduk dan Pencetak Kue Kembang Waru di UMKM Kotagede Yogyakarta. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 2(1), 63–73. <https://doi.org/10.37680/amalee.v2i1.638>
- Elsandra, Y., & Yulianto, A. A. (2013). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Usaha Kecil, Menengah berbasis Industri Kreatif melalui ICT. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 2(1).
- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1). <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Rifai, Z. & Meiliana, D. (2020). Pendampingan dan Penerapan Strategi Digital Marketing Bagi UMKM Terdampak Pandemi Covid-19. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4). <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.540>
- Rohimah, S., & Tuti Kurnia. (2021). Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Inovasi Produk Olahan Keripik Kulit Singkong. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 11–18. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v1i1.2914>

Tobing Diana S.K & Aini H. (2022). MENINGKATKAN MANAJEMEN PEMASARAN, BRAND IMAGE DAN INOVASI PRODUK PADA UMKM “OPAK DIFAH” DESA LERAN, KECAMATAN MANYAR, KABUPATEN GRESIK. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Applied*, 1(1)

Wijayanti, S. W. ., et.al. (2022). Peningkatan Promosi Usaha Kopi BUMDes Jaya Laksana Melalui Pemanfaatan Media Sosial. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 119–125. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v2i2.6531>