

INTERVENSI TEKNOLOGI TEPAT GUNA BERBASIS DIGITAL ECONOMY UNTUK PENGOPTIMALAN USAHA UMKM DODOL BENGKEL KOTA PERBAUNGAN KABUPATEN SERDANG BEDAGAI

Retna Astuti Kuswardani¹⁾, Rahmad Syah²⁾, Sri Ariani Safitri³⁾

¹⁾ Fakultas Pertanian, Program Studi Doktor Ilmu Pertanian, Universitas Medan Area

²⁾ Fakultas Teknik, Program Studi Teknik Informatika, Universitas Medan Area

³⁾ Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis, Universitas Medan Area

renaastuti@uma.ac.id

Abstract

The use of technology has become one of the key strategies in improving competitiveness and expanding the market reach for Small and Medium Enterprises (SMEs) of Dodol Bengkel. This Community Service aims to a) assist SMEs in procuring equipment for the dodol-making process and differentiating dodol products through various shapes, colors, flavors, and packaging to attract consumers, and b) assist SMEs in implementing digital marketing so that Dodol Bengkel products can be marketed online and bookkeeping can be documented digitally. The Community Service was conducted using the forum group discussion method and training provided to the owners of Dodol Bengkel SMEs and their employees. The results of the service showed that participants understood the use of dodol mixing machines, the creation of dodol products with variations in shape, taste, and color, knowledge related to product packaging design, digital marketing, and the creation of digital financial reports.

Keywords: Technology, Digital, SMEs, Dodol, Bengkel.

Abstrak

Penggunaan teknologi telah menjadi salah satu strategi kunci dalam meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dodol Bengkel. Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk a) membantu UMKM dalam pengadaan peralatan proses pembuatan dodol dan melakukan differensiasi produk dodol dengan berbagai bentuk, warna dan rasa serta kemasan sehingga dapat menarik konsumen dan b) membantu UMKM dalam menerapkan digital marketing sehingga produk dodol pasar bengkel dapat dipasarkan secara online dan melakukan dokumentasi pembukuan secara digital. Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan dengan menggunakan metode forum group discussion dan melakukan pelatihan pada pemilik usaha UMKM Dodol Bengkel dan karyawan. Hasil dari pengabdian menunjukkan bahwa peserta pelatihan memahami penggunaan mesin pengaduk dodol, pembuatan produk dodol dengan variasi bentuk, rasa dan warna, pemahaman terkait design kemasan produk, pemasaran digital dan pembuatan laporan keuangan secara digital.

Keywords: Teknologi, Digital, UMKM, Dodol, Bengkel.

PENDAHULUAN

Dalam Beberapa Tahun Terakhir Terjadi Pembangunan Yang *Massive* Di Indonesia, Salah Satunya Pembangunan

Jalan Tol. Pembangunan Jalan Tol Sangat Penting Bagi Kemajuan Dan Perkembangan Suatu Wilayah Atau Daerah, Pembangunan Jalan Tol Mendorong Percepatan Penyaluran Dan

Pengiriman Barang Dan Manusia. Namun Pembangunan Jalan Tol Berdampak Terhadap Pembangunan Wilayah Yang Dilintasi, Seharusnya Pembangunan Jalan Tol Yang Baik Tidak Akan Merugikan Wilayah Atau Kawasan Yang Dilintasi.

Pada Proyek Pembangunan Tol Di Sumatera Utara, Kabupaten Serdang Bedagai Mendapatkan Dampak Dari Pembangunan Jalan Tol Trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi. Desa Bengkel Atau Pasar Bengkel Merupakan Salah Satu Daerah Di Kabupaten Serdang Bedagai Yang Terkenal Dengan Oleh-Oleh Dodol. Setelah Beroperasinya Jalan Tol Trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi, Pasar Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Mengalami Penurunan Penghasilan Yang Drastis Karena Berkurangnya Angkutan Pribadi Dan Umum Untuk Yang Melintasi/Singgah Di Desa Bengkel.

Hasil Penelitian (Afrizal, 2016) Menunjukkan Bahwa Keberadaan Jalan Tol Trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi Membawa Pengaruh Negatif Terhadap Penurunan Pendapatan Pada UMKM Dodol Di Desa Bengkel, Dan Terdapat Perbedaan Rata-Rata Sebesar 66 % Antara Pendapatan Sebelum Dan Sesudah Yang Artinya Terdapat Pengaruh Yang Keberadaan Jalan Tol Trans Sumatera Terhadap UMKM Dodol Di Desa Bengkel.

Selain Itu, Salah Satu Kelemahan Dodol Bengkel Sehingga Tidak Dapat Bersaing Dengan Jenis Dodol Dari Daerah Lain Karena Daya Tahan Tidak Lama Dan Varian Rasa Yang Relatif Sedikit Sehingga Konsumen Tidak Banyak Pilihan (Sinaga, 2024).

Dodol Merupakan Makanan Tradisional Indonesia Yang Memiliki Prospek Yang Cerah Untuk Dikembangkan Karena Bahan Baku Untuk Pembuatannya Tersedia Secara

Lokal Yakni Tepung Beras Ketan. Selain Itu Dodol Dapat Disimpan Untuk Jangka Waktu Tiga Sampai Empat Bulan. Jenis Makanan Ringan Ini Bernutrisi Tinggi, Karena Mengandung Bahan-Bahan Makanan Alami Seperti Karbohidrat Dan Protein, Serta Menawarkan Kepraktisan Dan Keefisienan Dalam Penyajiannya Dengan Rasanya Yang Dominan Manis Sehingga Memberikan Peluang Kepada Konsumen Dari Berbagai Kalangan Untuk Mengkonsumsinya.

Namun Dodol Di Pasar Bengkel Saat Ini Kurang Diminati, Meskipun Beberapa Pedagang UMKM Mendapatkan Lokasi Di *Rest Area* Jalan Tol Untuk Berjualan. Tetapi Tidak Berdampak Peningkatan Terhadap Minat Konsumen Dalam Membeli Dodol. Hal Ini Karena Kurang Menarik Minat Pembeli Dan Hanya Kalangan Orangtua Saja Yang Meminati Dodol Dengan Tampilan Yang Sederhana Dan Rasanya Yang Original Serta Ukuran Dodol Yang Besar Pada Wadah Plastik $\frac{1}{4}$ Kg, $\frac{1}{2}$ Kg Dan 1 Kg (Produk Dodol Dapat Dilihat Pada Gambar 1).

Saat Ini Beberapa UMKM Dodol Sudah Mulai Berkurang Jumlahnya. Salah Satu UMKM Yang Masih Bertahan Menjalankan Usaha Dodol Di Pasar Bengkel Yakni Dodol Pak Iwan Di Dusun II Desa Bengkel Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai. Usaha Yang Telah Dirintis Oleh Bapak Riduan Sinaga Sudah Berjalan Hampir 10 Tahun Dan Sudah Mendapatkan Izin Usaha. Meskipun Sekarang Kondisinya Omset Penjualan Mengalami Penurunan Yang Drastis Karena Telah Beroperasinya Jalan Tol, Namun Bapak Riduan Sinaga Tetap Berusaha Mempertahankan Usahnya (Kios Mitra Dapat Dilihat Pada Gambar 2). Selain Itu, Beberapa Kendala Lain Yang Dihadapi Oleh Mitra Adalah Proses Pengolahan Dodol

Yang Masih Manual Sehingga Biaya Produksi Dan Kuantitas Produksi Juga Belum Dapat Dimaksimalkan (Proses Produksi Dapat Dilihat Pada Gambar 3). Produk Dodol Yang Dihasilkan Tidak Bervariasi Dengan Warna Coklat Kehitaman Dan Rasa Original Serta Ukuran Kemasan Yang Kurang Menarik. Selama Ini Proses Pemasaran Dodol Pasar Bengkel Masih Secara Langsung Sementara Dodol Dapat Bertahan Lama Seharusnya Dapat Dipasarkan Secara Online Sehingga Jangkauan Pasarnya Lebih Luas. Pada Gilirannya Hal Tersebut Yang Menjadi Faktor Penghambat Mitra Dalam Mengembangkan Produk Dodol Pasar Bengkel Telah Menjadi Salah Satu Makanan Khas Dan *Trademark* Dari Kabupaten Serdang Bedagai.



Gambar 1: Produk Dodol Desa Bengkel



Gambar 2: Kios UMKM Dodol Bengkel



Gambar 3: Proses Pembuatan Dodol

Berdasarkan Latar Belakang Tersebut, Maka Akan Dilakukan Pendampingan Kepada UMKM Pasar Bengkel Dengan Tujuan Untuk A) Membantu UMKM Dalam Pengadaan Peralatan Proses Pembuatan Dodol Dan Melakukan Differensiasi Produk Dodol Dengan Berbagai Bentuk, Warna Dan Rasa Serta Kemasan Sehingga Dapat Menarik Konsumen Dan B) Membantu UMKM Dalam Menerapkan *Digital Marketing* Sehingga Produk Dodol Pasar Bengkel Dapat Dipasarkan Secara *Online* Dan Melakukan Dokumentasi Pembukuan Secara Digital.

METODE

Kegiatan Pengabdian Masyarakat Ini Dilaksanakan Di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai. Pada Tanggal 29 Agustus 2024 Dan 15 September 2024.

Pengabdian Kepada Masyarakat Dilakukan Dengan Menggunakan Metode Studi Literatur, Pelatihan Dan *Forum Group Discussion* Diskusi Dengan Pemilik Usaha UMKM Dodol Bengkel Dan Karyawan.

Tahapan Atau Langkah-Langkah Dalam Melaksanakan Solusi Yang Ditawarkan Untuk Mengatasi Permasalahan Mitra Yaitu Tahap Perencanaan Dan Pelaksanaan. Tahap Perencanaan Dimulai Dengan

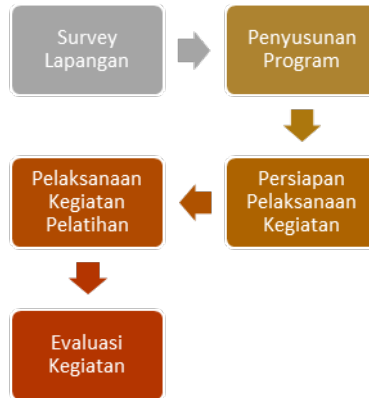
Mengumpulkan Informasi Dan Menentukan Kesepakatan Waktu Dengan Mitra Untuk Tahap Pelaksanaan Pelatihan. Kemudian Tahap Selanjutnya Yaitu Tahap Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat, Yakni Melakukan Pelatihan Terkait Penggunaan Mesin Pengaduk Dodol, Pelatihan Variasi Produk Dodol Dari Segi Bentuk, Rasa Dan Warna, Pelatihan Design Kemasan Dodol, Pelatihan Pemasaran Digital Dan Pelatihan Pembuatan Laporan Keuangan Secara Digital.

Dalam Menyebarkan Informasi Kegiatan Pelatihan Tim Menyampaikan Surat Undangan Bagi Pelaku Usaha Dodol. Selain Itu, Tim Juga Menyiapkan *Flyer* Yang Berisi Informasi Jadwal Kegiatan, Pemateri Dan Metode Kegiatan Melalui Media Sosial Kampus Dan Media Sosial Dari Masing-Masing Tim. Adapun Bentuk *Flyer* Dari Kegiatan Dapat Dilihat Dari Gambar 4 Di Bawah Ini.



Gambar 4: Flyer Kegiatan Pelatihan

Adapun Rangkaian Kegiatan Pengabdian Dapat Dilihat Pada Gambar Di Bawah Ini.



Gambar 5: Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Kegiatan Pengabdian Masyarakat Terdiri Atas Dua Kegiatan. Kegiatan Pertama Yakni Pemberian Mesin Pengaduk Dodol Otomatis Sekaligus Memberikan Pelatihan Dalam Penggunaannya, Pelatihan Produk Dodol Dari Variasi Bentuk, Rasa Dan Warna Selanjutnya Pelatihan Packaging Produk Dodol.

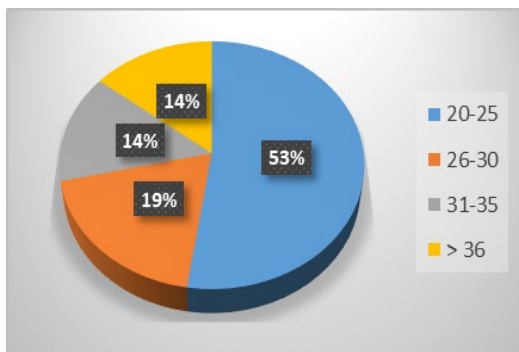
Untuk Kegiatan Kedua Yakni Pelatihan Pemasaran Produk Dodol Secara Digital Dan Pelatihan Pembuatan Laporan Keuangan Sederhana Secara Digital.

Tabel 1. Kegiatan Pelatihan

No	Permasalahan	Solusi yang ditawarkan
1	Peralatan produksi masih manual terutama pada proses pengadukan dodol.	Pengadaan mesin pengaduk dodol
2	Variasi dodol yang kurang menarik dari segi bentuk, rasa dan warna.	Memberikan pelatihan variasi terhadap bentuk produk dodol dalam bentuk yang menarik perhatian khususnya anak-anak, rasa yang bervariasi dan berwarna-warni.
3	Kemasan produk kurang menarik	Pelatihan design kemasan produk dodol yang menarik, praktis dan higienis
4	Strategi pemasaran masih tradisional (langsung menyerahkan Produk ke konsumen)	Pelatihan pemasaran secara digital produk dodol melalui media sosial (instagram, facebook, dan market place seperti Shopee dan Lazada)
5	Dokumentasi kegiatan usaha belum ada (pembukuan keuangan)	Pelatihan pembukuan sederhana secara digital

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peserta Yang Mengikuti Kegiatan Pelatihan Yakni 35 Peserta Yang Merupakan Pekerja Dari Usaha Dodol Bengkel. Peserta Pelatihan Yang Hadir Didominasi Usia 20-25 Tahun Sebesar 53%. Hal Ini Menunjukkan Bahwa Generasi Muda Memiliki Motivasi Untuk Mengembangkan Usaha Dodol Bengkel Dari Segi Produk Dan Sistem Pemasaran Digital.



Gambar 6: Peserta Pelatihan Berdasarkan Usia

Terdapat Dua Kegiatan Yang Dilakukan Yang Meliputi Lima Kegiatan Pelatihan.

Untuk Kegiatan Pertama Yakni Pelatihan Mesin Pengaduk Dodol, Pelatihan Variasi Terhadap Bentuk, Rasa Dan Warna Pada Produk Dodol, Dan Pelatihan *Design Packaging*.



Gambar 7: Pelatihan Mesin Pengaduk Dodol



Gambar 8: Pelatihan Produk Dodol



Gambar 9: Pelatihan *Packaging* Dodol

Selanjutnya Untuk Kegiatan Kedua Meliputi Pelatihan Pemasaran Digital Dan Pelatihan Membuat Laporan Keuangan Sederhana.



Gambar 10: Pemaparan Pemasaran Digital



Gambar 11: Pemaparan Pembuatan Laporan Keuangan



Gambar 12: Peserta Pelatihan

Peserta Pelatihan Sangat Antusias Dan Semangat Mengikuti Setiap Sesi Kegiatan Pelatihan. Pada Saat Diskusi Begitu Bersemangat Sehingga Tim Pelaksana Memberikan *Dooprize* Bagi Peserta.

Tabel 2. Hasil Pre Test Dan Post Test Pelatihan

No	Aspek	Siklus	
		I	II
1	Pengetahuan Dalam Menggunakan Mesin Pengaduk Dodol Otomatis	57 %	94,28%
2	Pengetahuan Dalam Membuat Produk Dodol Dengan Variasi Bentuk, Warna Dan Rasa	25,71%	91,42%
3	Pengetahuan Dalam Membuat <i>Packaging</i> Produk Dodol	14,28 %	85,71%
4.	Pengetahuan Memasarkan Produk Dodol Melalui Pemasaran Digital	57,14%	97,14%
5.	Pengetahuan Membuat Laporan Keuangan Usaha	63,33%	83,33%

Berdasarkan Hasil *Pre Test Dan Post Test* Yang Dilakukan Disetiap Kegiatan, Maka Terjadi Peningkatan Pengetahuan Peserta Pelatihan Dari Kegiatan Pelatihan Yang Disampaikan. Hal Ini Menjadi Indikator Keberhasilan

Dari Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Yang Telah Dilakukan.

A. Pelatihan Mesin Pengaduk Dodol Otomatis

Pengolahan Dodol Bengkel Selama Ini Masih Menggunakan Manual, Sehingga Membutuhkan Waktu 3-4 Jam Dalam Pengadukan Dodol. Tentunya Hal Ini Membutuhkan Waktu Dan Tenaga Yang Cukup Banyak. Sehingga Seringkali Mengakibatkan Rasa Tidak Nyaman Pada Bagian Tangan Dan Otot Tenaga Kerja Pengaduk Dodol. Berdasarkan Masalah Tersebut, Tim Pengabdian Memberikan Solusi Untuk Pengadaan Mesin Pengaduk Otomatis Dengan Menggunakan Daya Gas.

Hasil Penelitian (Hidayatullah Et Al., 2023) Terkait Perancangan Alat Pengaduk Dodol Ergonomis Untuk Mengurangi Cedera Pada Pekerja. Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Alat Pengaduk Otomatis Terbukti Mengurangi Cedera Pada Tenaga Kerja Dan Mengurangi Waktu Dan Biaya Produksi Dari Pembuatan Dodol.

Dari Hasil *Post Test*, Ditemukan 94,28 Persen Peserta Pelatihan Mulai Memahami Dalam Menggunakan Mesin Pengaduk Dodol Otomatis.

B. Pelatihan Produk Dodol Dengan Variasi Bentuk, Rasa Dan Warna

Citarasa Dodol Buah Merupakan Salah Atribut Penentu Sikap Konsumen Dodol Dan Faktor Yang Paling Penting Dan Menjadi Pertimbangan Konsumen Dalam Membeli Produk Khususnya Produk Makanan (H. N. Utami, 2023). Atribut Produk Yang Berpengaruh Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Dodol Buah Oleh Konsumen Yaitu Citarasa. Konsumen Menilai Bahwa Rasa Dodol Buah Tersebut

Tergolong Enak Sesuai Dengan Rasa Buah Yang Ada (Anggina Et Al., 2020).

Dari Hasil *Pre Test* Ditemukan Bahwa 25,71 Persen Peserta Belum Mengetahui Bagaimana Membuat Produk Dodol Dengan Variasi Bentuk, Rasa Dan Warna. Setelah Dilaksanakan Pelatihan, Hasil *Post Test* Menunjukkan Bahwa 91,42 Persen Peserta Mengetahui Pembuatan Dodol Dengan Variasi Bentuk, Rasa Dan Warna.

C. Pelatihan *Design Packaging* Produk Dodol

Kemasan Produk Dodol Selama Ini Kurang Menarik Dan Ukurannya Besar. Sehingga Dalam Penyajian Kurang Higienis. Sehingga Diberikan Pelatihan Untuk Membuat Variasi Produk Dodol Seperti Permen Dan Kemasan Yang Menarik. Berdasarkan Hasil Penelitian (Analiasari Et Al., 2020) Daya Tarik Suatu Produk Tidak Dapat Terlepas Dari Kemasannya. Karakteristik Produk Dodol Yang Lunak Dengan Menggunakan Kemasan Pada Plastik Mika Dan Plastik PP Juga Kurang Mendukung Karena Selain Mudah Sobek, Bentuk Dari Dodol Tersebut Akan Mudah Penyok Atau Berubah Bentuk. Selain Itu Produk Dodol Juga Kurang Menarik Konsumen.

Peserta Diberikan Materi Terkait Bagaimana Membuat Design Kemasan Yang Menarik Dengan Paduan Warna Yang Menarik Pula.

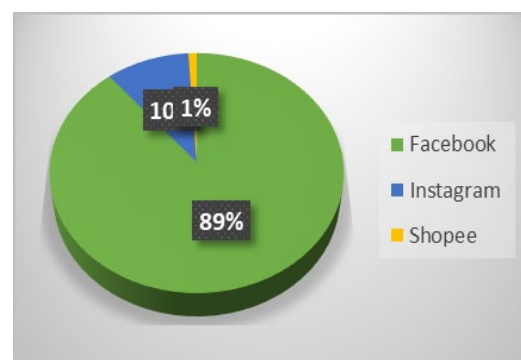
Hasil *Pre Test* Menunjukkan Bahwa Hanya 14,28 Persen Peserta Mengetahui Design Packaging Untuk Produk Dodol. Namun Setelah Dilakukan Pelatihan, Hasil *Post Test* Menunjukkan 85,71 Persen Peserta Mengetahui Cara *Design Packaging* Yang Menarik.

D. Pelatihan Pemasaran Digital

Dalam Era Digital, Strategi Pemasaran Melalui *Platform* Sosial Media Seperti Facebook dan Tiktok Dapat Menjadi Kunci Untuk Mencapai Pasar Yang Lebih Luas (D. P. Utami, 2020). Hasil Penelitian (Meidasari Et Al., 2024) (Maharani Et Al., 2023) *Digital Marketing* Perlu Diterapkan Di Masyarakat Desa Guna Mendukung Sistem Masyarakat Untuk Lebih Bersemangat Dan Berkontribusi Untuk Menghasilkan Produk Yaitu Dodol Yang Berpotensi Dapat Diterima Oleh Masyarakat Luas. Sehingga Mengikuti Kegiatan Pameran Atau pun *Workshop*.

Pada Kegiatan Pengabdian, Peserta Pelatihan Diberikan Materi Terkait Bagaimana Membuat Akun Media Sosial (Facebook, Instagram Dan Shopee). Selain Itu Peserta Juga Diberikan Materi Terkait Bagaimana Membuat Iklan Berbayar Di Media Sosial. Dari Hasil *Pre Test*, 89 % Peserta Sudah Bisa Menggunakan Aplikasi Facebook. Namun Pengetahuan Dari Penggunaan Facebook Untuk Pemasaran Digital Masih Minim Dilakukan (Sumadi Et Al., 2023).

Setelah Dilakukan Pengabdian, Hasil *Post Test* Menunjukkan 97,14 Persen Peserta Mengetahui Bagaimana Memasarkan Produk Dodol Secara Online Dari Media Sosial Khususnya Facebook Dan Instagram.



Gambar 13: Penggunaan Platform Peserta Pelatihan

E. Pelatihan Laporan Keuangan Usaha

Salah Satu Kendala Dalam Usaha Dodol Yakni Pelaku Usaha Belum Membuat Pembukuan Khusus Untuk Usaha Dodol. Sehingga Tim Pengabdian Memberikan Pelatihan Terkait Membuat Laporan Keuangan Usaha Sederhana. Hasil *Post Test* Menunjukkan Setelah Dilakukan Pelatihan, 83,33 Persen Peserta Telah Mengetahui Membuat Laporan Keuangan Sederhana Untuk Usaha.

(Rahmi & Septiani, 2023) (Hidayanti Et Al., 2024) Hasil Pengabdian Menunjukkan Bahwa Pelaku UMKM Dodol Sebaiknya Melakukan Pencatatan Atau Pembukuan Keuangan Berdasarkan Dengan SAK EMKM Untuk Mengelola Keuangan Usaha Agar Dapat Mengetahui Kinerja Dan Posisi Keuangan Usaha Dengan Lebih Akurat Dan Dapat Dijadikan Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Ekonomi Usaha.

Selain Itu (Safitri, 2021) Pelatihan Dan Pendampingan Pembuatan Laporan Keuangan Bertujuan Agar Mitra Mampu Menghitung Keuntungan Yang Diperoleh Dari Kegiatan Usahanya. Pentingnya Pembuatan Laporan Keuangan Dapat Menambah Wawasan, Pengetahuan Dan Keterampilan Para Pelaku Usaha Agar Dapat Diterapkan Untuk Menyusun Laporan Keuangan Usahanya (Hidayanti Et Al., 2024).



Gambar 14: Foto Bersama Pemateri Dan Peserta

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian Berupa Pelatihan Terhadap Pelatihan Penggunaan Alat Pengaduk Dodol Otomatis, Pelatihan Produk Dodol Yang Bervariasi (Bentuk, Rasa Dan Earna), Pelatihan *Design Packaging* Produk Dodol, Pelatihan Pemasaran Digital Produk Dodol Dan Pelatihan Pembukuan Keuangan Usaha Memberikan Peningkatan Pengetahuan Peserta Pelatihan.

Saran

Pelaku Usaha Dapat Termotivasi Untuk Mengaplikasikan Semua Pelatihan Yang Diberikan Sehingga Usaha Dodol Yang Selama Ini Dijalankan Dapat Memberikan Keuntungan Yang Maksimal. Selain Itu Dapat Menjangkau Pasar Konsumen Yang Lebih Luas Lagi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan Terimakasih Kepada Direktorat Riset, Teknologi, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Sebagai Pemberi Pendanaan Terhadap Kegiatan PKM Ini Pada Tahun 2024 Dengan Nomor Kontrak : 093/LL1/AL.04.03/2024

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, R. (2016). Analisis Pendapatan Usaha Dodol Bengkel Sebelum Dan Sesudah Keberadaan Jalan Tol Trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi. *Universitas Medan Area*, 44(2), 8–10.
- Analianasari, A., Berliana, D., & Jaya, T. S. (2020). Desain Kemasan Aneka Dodol Berbasis Bahan Baku Lokal Sebagai Oleh-Oleh Khas Liwa Lampung Barat. In *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 6, Issue 1, P. 1). <https://doi.org/10.30997/Qh.V6i1.1930>
- Anggina, D., Dewi, N., & Restuhadi, F. (2020). Strategi Pemasaran Agroindustri Dodol Rasa Buah Lokal. *Jurnal Ilmiah Pertanian*, 17(1), 1–12. <https://doi.org/10.31849/Jip.V17i1.3892>
- Hidayanti, A. A., Setiawan, Ri. N. S., Mulyawati, S., Mandalilka, E. N. D., & Widiyanti, N. M. N. Z. (2024). Sosialisasi Dan Pelatihan Laporan Keuangan Produk Dodol Buah Pada Kwt Melati Di Desa Suranadi. *Bernas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 1733–1738.
- Hidayatullah, A., Mauluddin, Y., & Rizki, S. (2023). Perancangan Alat Pengaduk Dodol Ergonomis Untuk Mengurangi Cedera Pada Pekerja. *Jurnal Kalibrasi*, 21(2), 113–123. <https://doi.org/10.33364/Kalibrasi/V.21-2.1442>
- Maharani, D. A., Wahdani, G. J., & A.P, D. P. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Terhadap Dodol Di UMKM Ny. Lauw. *Perfect Education Fairy*, 1(4), 188–198. <https://doi.org/10.56442/Pef.V1i4.830>
- Meidasari, E., Andi Surya, Desmon, & Bambang Pratowo. (2024). Pemasaran Digital Marketing Produk Dodol Magrove Di Desa Wisata Pulau Pahawang. *Journal Of Management And Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(2), 296–301. <https://doi.org/10.59407/Jmie.V1i2.409>
- Rahmi, A., & Septiani, R. P. (2023). Pendampingan Laporan Keuangan Untuk Pengusaha. 6, 2603–2611.
- Safitri, S. A. (2021). Penguatan Kemampuan Manajerial Kelompok Tani Melalui Pelatihan Laporan Keuangan Usahatani Di Sungai Beduk Kota Batam. *Jurnal Pengabdian Barelang*, 3(01), 32–35. <https://doi.org/10.33884/Jpb.V3i01.2715>
- Sinaga, R. (2024). *Rizky Arif*.
- Sumadi, Budiyono, Samanto, H., Efedo, T. F., & Agustini, T. (2023). Pengabdian Masyarakat Sosialisasi Pentingnya Pemasaran Digital Dan Protokol Pada Pelaku UMKM Di Desa Trucuk Klaten. *Jurnal BUDIMAS*, 05(02), 1–6.
- Utami, D. P. (2020). Pengenalan Digital Marketing Dalam Pemasaran Produk Pertanian Untuk Petani Milenial Desa Wonotulus Kecamatan Purworejo Kabupaten Purworejo. *Seminar Nasional Karya Pengabdian Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Matarampeningkatan Daya Saing Hasil Pertanian Menuju Revolusi Industri 4.0*, 25–31.
- Utami, H. N. (2023). *Mimbar*

*Agribisnis : THE POTENTIAL
OF FOOD RETAIL BASED
DIGITAL COMMERCE BY
UNDERSTANDING
CONSUMER BEHAVIOUR :
THE PRESPECTIVE OF. 9(2),
1503–1514.*