

## **EDUKASI *ENTREPRENEURSHIP* MELALUI PROGRAM PEMBUATAN PRODUK DAN STRATEGI *DIGITAL MARKETING* "NUGGET LELE"**

**Guruh Ghifar Zalzal<sup>1</sup>, Anindita Imam Basri<sup>2</sup>, Istiana<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas PGRI Yogyakarta

[guruh@upy.ac.id](mailto:guruh@upy.ac.id), [anindita@upy.ac.id](mailto:anindita@upy.ac.id), [istiana097@gmail.com](mailto:istiana097@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Kegiatan pelatihan ini diadakan di Dusun Sentolo Lor, Desa Sentolo, Kecamatan Sentolo, Kabupaten Kulon Progo. Terdapat berbagai macam potensi yang ada di Dusun tersebut tetapi pemuda dan pemudi serta masyarakat masih belum sepenuhnya mampu mengelola potensi tersebut. Pengembangan potensi Dusun menjadi salah satu permasalahan yang harus dihadapi oleh pemuda dan pemudi serta masyarakat sekitar. Mayoritas pemuda dan pemudi memiliki minat yang tinggi terhadap kewirausahaan tinggal meningkatkan saja. Berbagai cara yang bisa dilakukan untuk meningkatkan kewirausahaan berawal dari pengolahan hasil potensi Dusun, pengemasan sampai pemasaran yang lebih modern dengan cara *digital marketing*. Solusi yang diberikan adalah dengan mengadakan pelatihan pengolahan ikan lele menjadi *nugget* lele. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pelatihan ini adalah ceramah, demonstrasi, tanya jawab dan diskusi. Kegiatan yang dilakukan sudah tepat sasaran terbukti dengan adanya peningkatan yang signifikan berdasarkan observasi dan wawancara sebanyak dua kali, sebelum pelatihan dan setelah pelatihan.

**Kata kunci:** kewirausahaan, pelatihan, pengolahan, pemasaran *digital*

### **PENDAHULUAN**

Kewirausahaan mempunyai peran penting dalam kemajuan suatu negara. Sektor UKM (Usaha Kecil dan Menengah) dan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) menjadi salah satu jenis kewirausahaan yang dipilih oleh sebagian orang selama pandemi Covid-19. Jenis UKM dan UMKM yang bisa dijalankan cukup banyak, contohnya saja seperti peternakan atau karamba ikan, industri kerajinan skala rumahan, dan masih banyak lagi. UKM dan UMKM menjadi penunjang ekonomi Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah (Febriyanto & Arisandi, 2018). UMKM memiliki peran yang lebih luas karena usaha di Indonesia di dominasi oleh UMKM (Akhmad, 2015). Peran kewirausahaan tidak hanya di lingkungan sekitar dan daerah, tetapi juga mampu berperan dalam ketahanan ekonomi suatu bangsa. Pemerintah melakukan berbagai aktivitas yang bertujuan untuk mengembangkan budaya sosial kewirausahaan di lingkungan akademik dan masyarakat. Cara yang dilakukan adalah melalui pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang memiliki pengetahuan kewirausahaan dengan melakukan berbagai kegiatan salah satunya adalah pengabdian masyarakat. Perguruan Tinggi diharapkan mampu menjadi pusat kajian dalam pengembangan kewirausahaan dan mampu memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat.

Strategi dalam pengembangan kewirausahaan meliputi: 1) peningkatan kapasitas kewirausahaan, 2) pembudayaan kewirausahaan, dan 3) penataan kelembagaan kewirausahaan. Peningkatan kapasitas kewirausahaan perlu diperhatikan terutama mengenai

kemampuan pengelolaan usaha dan sifat yang dimiliki oleh seorang wirausaha. Meningkatkan kewirausahaan bisa melalui mengadakan pelatihan. Kegiatan pengabdian masyarakat di Dusun Sentolo Lor, Desa Sentolo, Kecamatan Sentolo, Kabupaten Kulon Progo, mengadakan pelatihan mengenai pengolahan ikan lele menjadi *nugget* lele. Pelatihan adalah proses peningkatan dan usaha untuk menyempurnakan bakat-bakat, keterampilan, kecakapan, kemampuan dan keahlian karyawan dalam menghadapi tugas-tugas pekerjaannya serta guna mewujudkan tujuan perusahaan (Aditya, 2015). Berdasarkan pendapat ahli, semakin sering mengadakan atau mengikuti pelatihan maka keterampilan yang dimiliki akan semakin meningkat dan berkembang. Pengolahan juga merupakan salah satu bagian dari pelatihan yang diadakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat.

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan mengadakan pelatihan tentang pengolahan ikan lele menjadi *nugget* lele. Berkaitan dengan pemasaran, masyarakat saat ini masih banyak yang melakukan pemasaran konvensional atau pemasaran langsung kepada calon pembeli atau konsumen. Perkembangan teknologi yang begitu pesat tidak diimbangi dengan kemampuan sumber daya manusia dalam memanfaatkan dan mengelola teknologi yang mereka miliki. Produk berupa makanan tentunya memiliki batas konsumsi atau tanggal kadaluwarsa, jika dijual secara online ada kemungkinan produk akan cepat habis. Perkembangan teknologi yang ada dengan berbagai macam metode yang bisa digunakan, membuat produk makanan tersebut akan lebih cepat terjual.

Tujuan dari diadakannya pengabdian ini adalah 1) Dengan adanya pelatihan ini mampu meningkatkan ide kreatif dan inovatif yang mereka miliki, 2) Mampu menjadi motivasi dan meningkatkan minat pemuda dan pemudi untuk mulai berwirausaha, 3) Memberikan pemahaman dan pengetahuan mengenai kemajuan teknologi, terutama pada *gadget* yang mereka miliki dan mampu memanfaatkannya dengan baik, 4) Memberikan pengetahuan mengenai *digital marketing* sebagai salah satu cara yang bisa digunakan untuk memasarkan produk mereka. Manfaat yang bisa didapatkan dari pengabdian ini meliputi: 1) Pemuda dan pemudi mendapatkan ilmu lebih mengenai kewirausahaan, 2) Pemuda dan pemudi mampu menciptakan ide kreatif dan inovatif sehingga bisa lebih mengembangkan potensi yang ada di dusun mereka, 3) Pemuda dan pemudi mampu memperbaiki metode penjualan dan pemasaran hasil dari potensi yang ada di dusun, khususnya hasil dari karamba ikan, 4) Pemuda dan pemudi lebih bijak dalam penggunaan *gadget* dan media sosial yang mereka miliki, 5) Mengetahui proses dari awal pembuatan produk sampai dengan akhir produk jadi dan cara memasarkannya.

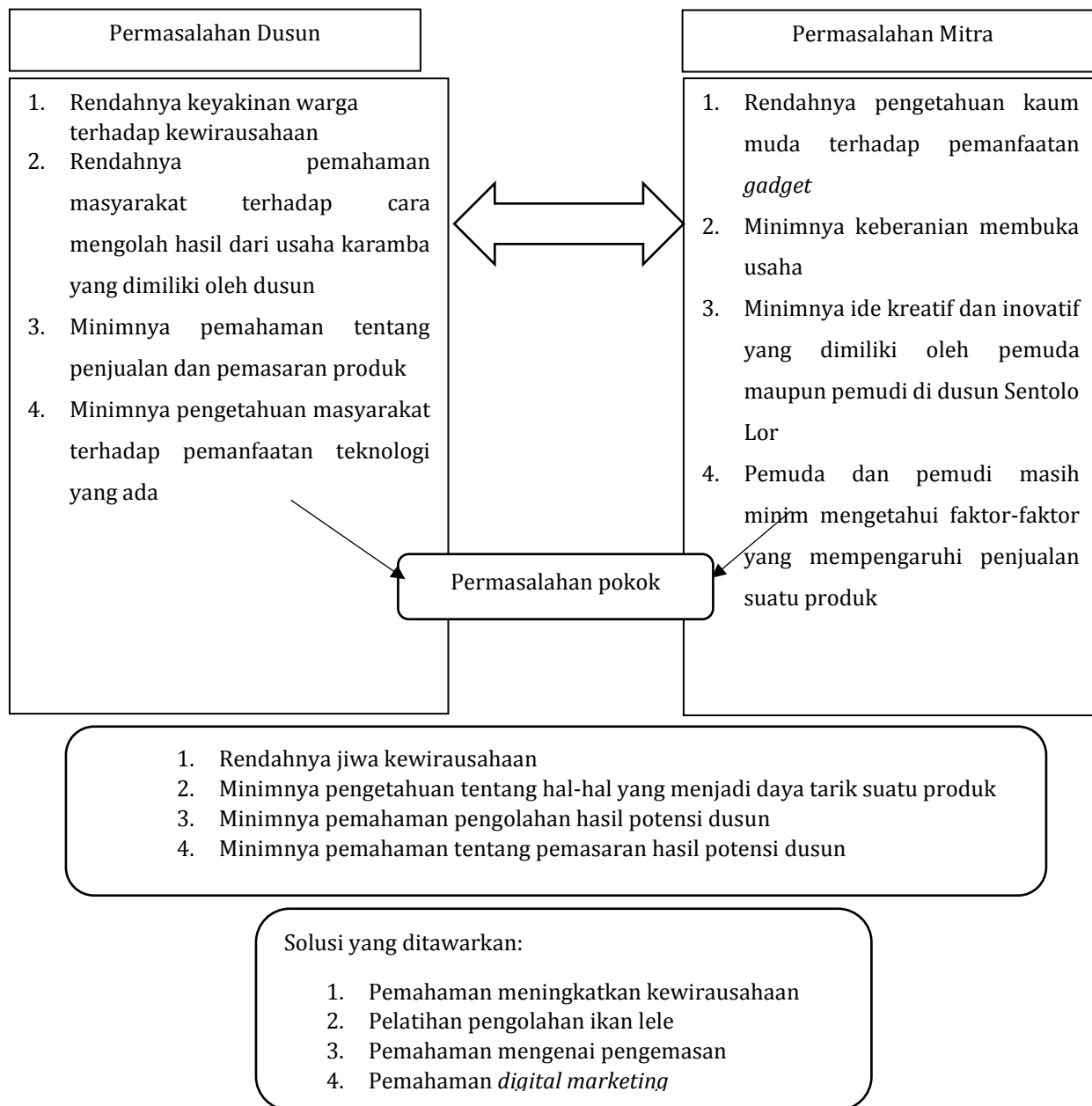
## **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari beberapa tahapan yang dilakukan, yaitu: 1) Tahap Persiapan, 2) Tahap Pelaksanaan, 3) Tahap Evaluasi Program, 4) Tahap Pelaporan. Berikut tabel pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat:

Tabel 1. Tahapan Kegiatan Program Pengabdian kepada Masyarakat

<b>Tahap Persiapan</b>	
Survei	Identifikasi masalah dan kendala yang dihadapi mitra
Koordinasi kelompok dengan mitra	Perencanaan dan pelaksanaan kegiatan pelatihan
Persiapan Alat&Bahan Pelatihan	Pembelian bahan dan penyewaan alat serta pembuatan materi kegiatan
<b>Tahap Pelaksanaan (Kegiatan Dilaksanakan di Lokasi Mitra)</b>	
Pemahaman kewirausahaan	Kegiatan dilaksanakan melalui pemaparan materi (15 menit)
Pelatihan pembuatan <i>nugget</i> lele	Kegiatan dilaksanakan melalui pemaparan materi dan praktik pembuatan (30 menit)
Pemahaman pengemasan	Kegiatan dilaksanakan melalui pemaparan materi dan praktik pembuatan (15 menit)
Pemahaman <i>digital marketing</i>	Kegiatan dilaksanakan melalui pemaparan materi (15 menit)
<b>Evaluasi Program</b>	
Dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Indikator keberhasilan program dengan adanya perubahan positif dari mitra (perkembangan usaha) setelah pelaksanaan program	
<b>Pelaporan</b>	
Penyusunan laporan dilakukan sebagai bentuk pertanggung jawaban atas pelaksanaan program untuk kemudian dilakukan publikasi	

Tahapan persiapan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari: 1) Analisis kondisi dan situasi di Dusun Sentolo Lor, Sentolo, Sentolo, Kulon Progo, 2) Identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh Dusun Sentolo Lor secara keseluruhan, 3) Identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra, 4) Identifikasi solusi berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh Dusun dan permasalahan mitra. Identifikasi dilakukan untuk mengetahui atau mendapatkan solusi-solusi yang tepat terhadap permasalahan yang dihadapi oleh Dusun maupun permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Berikut skema pemetaan masalah dan pemecahan solusi:



Tahap pelaksanaan, kegiatan pengabdian masyarakat pada tahap ini menggunakan beberapa metode, diantaranya: 1) Ceramah menjelaskan mengenai kewirausahaan, dan cara memanfaatkan potensi Dusun yang ada yaitu pengolahan ikan lele, 2) Demonstrasi yang berupa eksekusi pengolahan atau praktek langsung dan memberikan contoh cara mengolah ikan lele sampai menjadi *nugget* lele yang akhirnya bisa dicicipi oleh peserta, 3) Tanya jawab merupakan salah satu metode untuk melengkapi hal-hal yang dibutuhkan oleh peserta pelatihan, 4) Diskusi, melalui diskusi diharapkan peserta pelatihan mampu menciptakan ide-ide atau kreasi lain dengan bahan dasar yang masih sama yaitu ikan lele. Tahapan selanjutnya adalah evaluasi program dan pelaporan. Evaluasi program ini dilakukan untuk mengetahui hasil dari pelaksanaan program yang berupa pelatihan pengolahan ikan lele. Evaluasi

dilakukan dengan metode observasi dan wawancara sebelum program pelatihan dilaksanakan dan setelah program pelatihan dilaksanakan. Tahap persiapan, tahap pelaksanaan, tahap evaluasi program, yang terakhir adalah tahap pelaporan sebagai hasil dari telah dilaksanakannya program kegiatan pengabdian masyarakat dan sebagai pertanggungjawaban atas pelaksanaan program.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di rumah Bapak Sugijono Djoko Santoso selaku kepala Dusun Sentolo Lor, Desa Sentolo, Kecamatan Sentolo, Kabupaten Kulon Progo, Provinsi D. I. Yogyakarta dengan sasaran pemuda dan pemudi Dusun Sentolo Lor, Desa Sentolo, Kecamatan Sentolo, Kabupaten Kulon Progo. Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada hari Minggu, 21 Februari 2021, di laksanakan di rumah Kepala Dusun dengan jumlah peserta pelatihan sebanyak 19 orang yang terdiri dari 14 laki-laki dan 5 perempuan.

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dalam tiga sesi yaitu: 1) Sesi pertama menjelaskan mengenai kewirausahaan dan upaya yang bisa dilakukan untuk meningkatkan kewirausahaan di sektor pemuda dan pemudi serta masyarakat Dusun. Berkaitan dengan kewirausahaan juga dijelaskan mengenai pelatihan pembuatan produk *nugget* lele, pengemasan dan *digital marketing* sebagai salah satu bentuk upaya meningkatkan kewirausahaan, 2) Sesi kedua, implementasi ilmu kewirausahaan dan ekonomi kreatif yang sudah didapatkan, yaitu dengan mengadakan pelatihan pengolahan ikan lele. Ikan lele merupakan hasil dari karamba yang dimiliki oleh Dusun tetapi masih kurang dalam pengolahannya. Pelatihan pengolahan ini bertujuan supaya pemuda dan pemudi serta masyarakat Dusun Sentolo Lor mampu memanfaatkan hasil potensi Dusun yang ada secara maksimal dengan menciptakan produk-produk makanan hasil dari ide kreatif yang mereka miliki, 3) Sesi ketiga, dilakukan pemaparan materi yang berkaitan dengan pengemasan, karena pengemasan sangat berpengaruh terhadap penjualan suatu produk dalam upaya meningkatkan kewirausahaan, 4) Sesi keempat, dilakukan pemaparan materi mengenai *digital marketing*. Pengolahan ikan lele menjadi *nugget* lele bisa menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi pemuda dan pemudi serta masyarakat sekitar. Manfaat lain yang bisa didapatkan adalah adanya tambahan pemasukan bagi setiap individu maupun kelompok.

Seluruh pelaksanaan kegiatan berjalan dengan lancar dan tepat sasaran. Terbukti dari antusiasme peserta dalam mengikuti setiap sesi kegiatan pengabdian masyarakat. Sesi pertama dimulai pukul 09:30 WIB dengan durasi lima belas (15) menit. Sesi pertama dilakukan pemaparan materi mengenai kewirausahaan, karakter dan ciri-ciri wirausaha dan cara membangun usaha. Kewirausahaan adalah suatu sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan yang baru yang sangat bernilai dan berguna bagi dirinya dan orang lain (Hastuti, dkk, 2020). Ciri-ciri yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha secara garis besar adalah: 1) Memiliki motivasi untuk berprestasi, 2) Berorientasi ke masa depan, 3) Tanggap dan kreatif dalam menghadapi perubahan, 4) Memiliki jaringan usaha, 5) Memiliki jiwa kepemimpinan (Suryana & Bayu, 2012). Diskusi mengenai kewirausahaan diadakan untuk mengetahui kendala dan jenis usaha yang diinginkan oleh peserta. Mayoritas peserta menyampaikan kendala dalam membangun usaha berupa ketersediaan modal yang belum

mencukupi dan berbagai macam ide usaha yang mereka miliki. Usaha bisa dimulai dengan sistem PO, yaitu ada uang juga ada barang.



**Sosialisasi Pemaparan mengenai Kewirausahaan**

Pelaksanaan kegiatan pada sesi kedua dilakukan mulai pukul 09:45 WIB dengan durasi tiga puluh (30) menit. Kegiatan berupa demonstrasi, yaitu dengan praktik langsung pengolahan ikan lele menjadi *nugget* lele. Suatu proses menangani makanan yang dimulai sejak pengadaan bahan makanan sampai penyajian, atau makanan aman siap untuk dimakan, yang dalam prosesnya dengan penerapan panas atau tidak (Minantyo, 2011). Selama kegiatan berlangsung para peserta sangat antusias karena mereka belum familiar terhadap *nugget* lele. Mayoritas dari peserta mengolah ikan lele hanya di goreng atau dibuat mangut lele saja. Pelatihan pembuatan *nugget* lele ini menjadi tambahan pengetahuan tentang olahan dari ikan lele dan juga sebagai ide bisnis yang berbeda dari lainnya.



**Pengolahan Ikan lele menjadi *nugget* lele**



Hasil produk *nugget lele*



Peserta mencicipi hasil pengolahan *nugget lele*

Pengolahan ikan lele menjadi *nugget lele* selesai, para peserta dapat mencicipi hasil olahan tersebut. Sesi ketiga, selama sesi ketiga berjalan peserta masih antusias mengikuti kegiatan pengabdian ini. Pemaparan materi dilakukan selama lima belas (15) menit. Sesi ketiga ini disampaikan mengenai pengemasan. Pengemasan adalah salah satu cara untuk mengawetkan produk yang berupa pangan maupun produk non-pangan (Rahmawati, 2013). Kemasan menjadi bagian penting dalam penjualan suatu produk karena kemasan bisa menjadi media promosi dan informasi. Menurut Susetyarsi (2012) kemasan merupakan hal yang penting karena kemasan tidak hanya digunakan sebagai pelindung terhadap produk, tetapi kemasan juga digunakan sebagai media untuk memikat konsumen. Sesi keempat atau sesi terakhir dilakukan pemaparan materi mengenai *digital marketing*. *Digital marketing* mempunyai manfaat yang besar bagi perusahaan atau suatu usaha untuk mempromosikan suatu brand atau produk dengan memanfaatkan sebuah media elektronik dan *digital*. Mengikuti pesatnya perkembangan jaringan internet yang menimbulkan revolusi informasi di era *digital*, sehingga mampu mengubah berbagai aspek kehidupan, terutama pada pemasaran (Kusuma & Sugandi, 2018). *Digital marketing* adalah salah satu media pemasaran

yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan (Hendrawan, dkk, 2019).



**Pemaparan Materi Sosialisasi Mengenai *Digital Marketing***

### **Hasil dan Pembahasan Target Luaran**

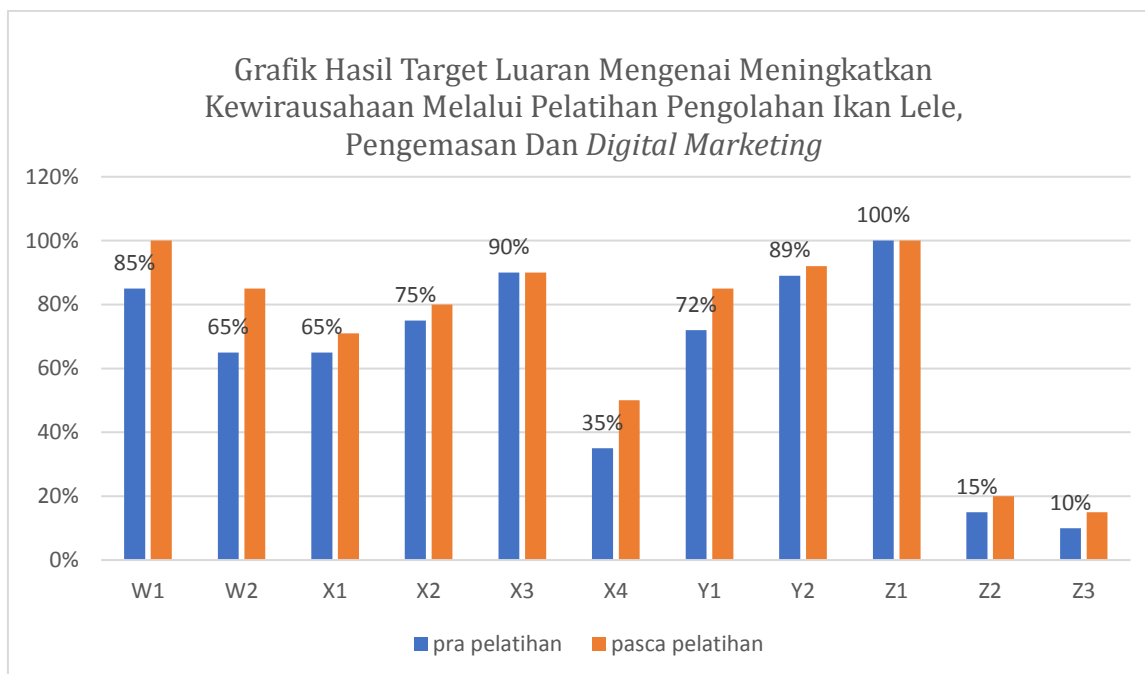
Hasil dari terlaksananya program kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa data angka presentase yang diambil dengan metode observasi dan wawancara yang dilakukan sebelum dan sesudah pelatihan. Tujuannya untuk menganalisis, mengidentifikasi dan meninjau serta untuk mengetahui keberhasilan program dalam menghadapi permasalahan mitra.

Berikut ini adalah hasil dan pembahasan dari target luaran serta hasil dari pelaksanaan program mengenai meningkatkan kewirausahaan dan pelatihan pengolahan ikan lele. Hasil dari target luaran berupa tabel dan grafik yang diberi kode untuk mempermudah memahami hasilnya. Kode W untuk pemahaman meningkatkan kewirausahaan, kode X untuk pelatihan pengolahan ikan lele, kode Y untuk pengemasan dan kode Z untuk *digital marketing*.

No	Indikator	Kode	Pra-pelatihan	Pasca pelatihan
1	Saya memiliki rasa ketertarikan terhadap dunia usaha	W1	85%	100%
2	Saya tertarik dalam dunia usaha di bidang kuliner (terutama lele)	W2	65%	85%
3	Saya sering memasak atau mengonsumsi ikan lele	X1	65%	71%
4	Saya mengonsumsi ikan lele yang dimasak seperti pada umumnya	X2	75%	80%
5	Saya membeli produk makanan karena kandungan gizinya	X3	90%	90%
6	Saya selalu membeli makanan berdasarkan rasa	X4	35%	50%
7	Saya membeli produk terutama makanan berdasarkan kemasan	Y3	72%	85%



8	Menurut saya, kemasan sangat mempengaruhi penjualan suatu makanan	Y4	89%	92%
9	Saya sering membeli makanan secara langsung	Z1	100%	100%
10	Saya sering membeli makanan secara online	Z2	15%	20%
11	Saya membeli makanan secara online karena praktis	Z3	10%	15%



### Hasil dan luaran mengenai pemaparan materi terkait meningkatkan kewirausahaan dan pelatihan pengolahan ikan lele dijelaskan sebagai berikut:

Tahap awal dilakukan wawancara dan observasi terhadap peserta pelatihan terhadap pemahaman meningkatkan kewirausahaan, pengolahan ikan lele, pengemasan dan *digital marketing*. Wawancara dan observasi dilakukan di awal pelatihan, hasilnya menunjukkan bahwa para peserta pelatihan mempunyai kemampuan untuk meningkatkan kewirausahaan (kode W). Terbukti dari 85% peserta memiliki minat untuk membuka dan memiliki sendiri usaha. Mayoritas usaha yang mereka pilih ada di bidang kuliner, terbukti dari hasil observasi dan wawancara sebanyak 65%. Artinya lebih dari setengah pemuda dan pemudi mempunyai keinginan usaha di bidang kuliner. Minat memiliki usaha yang dimiliki oleh pemuda dan pemudi berbagai macam mulai dari usaha kuliner, pakaian, toko bangunan, dan sebagainya.

Pemanfaatan potensi desa yang ada di Dusun Sentolo Lor sudah bagus tetapi belum maksimal, contohnya adalah pengolahan ikan lele (kode W). Mereka sering memasak dan mengonsumsi ikan lele, terbukti dari hasil wawancara dan observasi sebesar 65%. Masyarakat terutama pemuda dan pemudi yang hanya mengolah ikan lele seperti pada umumnya seperti mangut lele dan lele goreng biasa, dibuktikan dengan hasil observasi dan

wawancara sebesar 75%. Ikan lele bisa dikreasikan menjadi berbagai macam olahan. Kabar baiknya mereka membeli produk terutama makanan yang mempertimbangkan kandungan gizi yang terdapat dalam makanan tersebut, sejalan dengan hasil wawancara sebesar 90%. Sisanya sebesar 35% memilih untuk mengetahui rasanya terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian, apabila produk tersebut berupa makanan. Upaya dalam meningkatkan kewirausahaan tidak terlepas dari pengemasan (kode Y) suatu produk terutama makanan. Sebesar 72% menunjukkan peserta apabila membeli suatu produk terutama makanan, kemasan yang menjadi pandangan mereka pertama kali. Hasil dari wawancara dan observasi sebesar 89% peserta pelatihan juga memahami pentingnya pengemasan karena berpengaruh terhadap penjualan suatu produk terutama produk makanan.

Berkaitan dengan *digital marketing* (kode Z), para peserta pelatihan masih merasa asing dengan pembelian produk terutama makanan secara *digital* atau secara *online*. Sebenarnya pembelian secara *online* bisa mendapatkan berbagai keuntungan, seperti hemat waktu dan mengurangi biaya transport. Ditunjukkan dengan presentase yang cukup kecil yaitu sebesar 15% dan 10%. Pemuda dan pemudi masih suka melakukan pembelian produk terutama makanan secara langsung, terbukti dengan presentase sebesar 100%. Berdasarkan pada wawancara dan observasi akhir, menunjukkan perubahan dan peningkatan yang cukup signifikan, yaitu:

- a. 100% peserta memiliki minat untuk memiliki usaha,
- b. 85% peserta tertarik dalam dunia usaha terutama dengan bahan dasar ikan lele,
- c. 71% peserta memasak atau mengonsumsi ikan lele yang lebih bervariasi,
- d. 80% peserta mengonsumsi ikan lele yang dimasak seperti pada umumnya,
- e. 90% peserta mempertimbangkan kandungan gizi sebelum membeli makanan,
- f. 50% peserta jika melakukan pembelian makanan berdasarkan rasa,
- g. 85% peserta menjadikan kemasan sebagai acuan untuk membeli suatu produk,
- h. 92% peserta memahami bahwa kemasan sangat berpengaruh terhadap penjualan suatu makanan,
- i. 100% peserta masih melakukan pembelian secara langsung terutama untuk makanan,
- j. 20% dan 15% peserta masih enggan untuk melakukan pembelian produk makanan secara online dan praktis.

Pemanfaatan teknologi dalam bidang penjualan dan pembelian khususnya pemasaran, yaitu *digital marketing*. Tentunya akan memberikan banyak manfaat bagi pihak pelaku usaha.

## **KESIMPULAN**

Kegiatan pelatihan yang diadakan di Dusun Sentolo Lor, Sentolo, Sentolo, Kulon Progo dengan sasaran pemuda dan pemudi Dusun Sentolo Lor ini sudah berjalan dengan lancar dan sesuai dengan harapan. Peserta sangat antusias mengikuti pelatihan ini terbukti dari banyaknya peserta yang datang walupun tetap dibatasi karena adanya pandemi Covid-19. Kegiatan pelatihan ini dilakukan pada hari Minggu, 21 Februari 2021. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dapat diketahui keberhasilan pelatihan ditunjukkan adanya presentase kenaikan yang signifikan. Berdasarkan evaluasi program dan adanya kenaikan presentase, hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diadakan dengan target pemuda dan pemudi Dusun Sentolo Lor, Sentolo, Sentolo, Kulon Progo ini sudah tepat sasaran. Berdasarkan evaluasi program pra-pelatihan dan pasca pelatihan, terdapat adanya presentase

peningkatan. Ditunjukkan dengan adanya kegiatan pengabdian di Dusun Sentolo Lor mampu meningkatkan keterampilan dan kualitas sumber daya manusia yang ada.

## REFERENCES

- Aditya, R. (2015). Pengaruh pelatihan terhadap kompetensi dan kinerja karyawan (studi pada karyawan PT. PLN (Persero) distribusi Jawa Timur Area Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 27(2).
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara (JMD)*, 1(2), 61-76.
- Susetyarsi, T. (2012). Kemasan produk ditinjau dari bahan kemasan, bentuk kemasan dan pelabelan pada kemasan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk minuman mizone di kota semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 4, 132997.
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., ... & Simarmata, J. (2020). *Kewirausahaan dan UMKM*. Yayasan Kita Menulis.
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2012). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses Ed. 2*. Kencana.
- Rahmawati, F. (2013). Pengemasan dan pelabelan. *Materi Pelatihan Kewirausahaan bagi kelompok UPPKS*.
- Minantyo, H. (2011). Dasar-dasar Pengolahan Makanan (Food Product Fundamental).
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18-33.
- Hendrawan, A. (2019). Pengaruh marketing digital terhadap kinerja penjualan produk umkm asti gauri di kecamatan bantarsari cilacap. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarisan*, 4(1), 50-61.
- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan media sosial bagi pengembangan pemasaran UMKM (Studi deskriptif kualitatif pada distro di Kota Surakarta). *DutaCom Journal*, 9(1), 43-43.