



Penguatan Branding Produk Kampung Jajan Pasar Melalui Kemasan Inovatif, Pemasaran Media Sosial dan Legalitas Produk Halal

¹Kristina Anindita Hayuningtias, ²Harmanda Berima Putra, ³Endang Tjahjaningsih

^{1,2,3} Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang

kristinaanindita@edu.unisbank.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 11 th December 2025 Revised: 15 th January 2026 Published: 4 th February 2026	<i>Kampung Jajan Pasar Bugen Utara is a business group that produces various traditional snacks. This business is a hereditary business that serves as the main livelihood for its members. Putu Mayang is a superior product authentic from Bugen Utara Village. These various traditional snacks are sold in markets in Bangetayu Kulon and surrounding areas. Although innovations in processed putu mayang products have been implemented, the packaging of these products remains very simple. Product marketing is also conventional. From a legal perspective, this business group does not yet have Business Identification Number and halal product certificate. Therefore, assistance is needed on how to package products attractively, create promotional content on social media, and understand the procedures for registering NIB and halal certification. This community service activity consists of outreach and training. During the outreach stage, business group members are given an understanding of the importance of packaging in marketing, strategies for creating promotional content on social media, and procedures for registering NIB and halal products. Furthermore, group members are provided with innovative packaging skills, promotional content creation on social media, and business legality registration through training. This community service activity certainly provides benefits to all members of the business group. Through this community service activity, Kampung Jajan Pasar Bugen Utara is better prepared to compete, reach a wider market and is able to increase household income.</i>
Keywords: Innovatif Packaging, Social Media Marketing, Legality, Putu Mayang	

Informasi Artikel	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 11 Desember 2025 Direvisi: 15 Januari 2026 Dipublikasi: 4 Februari 2026	Kampung Jajan Pasar Bugen Utara adalah kelompok usaha yang memproduksi aneka jajan pasar. Usaha ini merupakan usaha turun-temurun yang menjadi mata pencaharian utama para anggotanya. Putu Mayang menjadi produk unggulan yang otentik dari kampung bugen utara. Aneka jajan pasar ini dijual di pasar-pasar kelurahan Bangetayu Kulon dan sekitarnya. Walaupun inovasi produk olahan putu mayang sudah dilakukan, namun kemasan produk ini masih sangat sederhana. Pemasaran produknya pun masih konvensional. Dari aspek legalitas, kelompok usaha ini belum memiliki NIB dan sertifikat produk halal. Oleh karena itu, dibutuhkan pendampingan bagaimana mengemas produk dengan menarik, membuat konten promosi di media sosial dan memahami prosedur pendaftaran NIB dan sertifikasi halal. Kegiatan pengabdian ini terdiri dari sosialisasi dan pelatihan. Pada tahap sosialisasi, anggota kelompok usaha diberikan pemahaman terkait pentingnya kemasan dalam pemasaran, strategi pembuatan konten promosi di media sosial dan prosedur pendaftaran NIB dan produk halal. Selanjutnya, anggota kelompok diberikan ketrampilan
Kata kunci kemasan inovatif, pemasaran media sosial, legalitas, putu mayang	

pengemasan inovatif, pembuatan konten promosi di media sosial serta pendaftaran legalitas usaha melalui pelatihan. Kegiatan pengabdian ini tentu saja memberikan manfaat bagi seluruh anggota kelompok usaha. Melalui kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini, Kampung Jajan Pasar Bugen Utara lebih siap bersaing, menjangkau pasar yang lebih luas dan mampu meningkatkan pendapatan rumah tangga

PENDAHULUAN

Kampung Jajan Pasar Bugen Utara adalah UMKM yang beralamat di Kampung Bugen Utara, RT 004/RW 003, Kelurahan Bangetayu Kulon, Kecamatan Genuk, Kota Semarang. Kampung Bugen Utara dinamakan Kampung Jajan Pasar karena mayoritas warga kampung memiliki usaha jajanan pasar. Anggota kelompok kampung jajan pasar ini sebanyak 25 orang. Usaha ini merupakan usaha turun-temurun untuk membantu perekonomian keluarga. Selain menjadi ladang pencaharian utama bagi warga untuk meningkatkan pendapatan, Kampung Jajan Pasar Bugen Utara ini menjadi simbol pelestarian budaya kuliner, warisan nenek moyang. Jajanan pasar yang dibuat beraneka ragam antara lain putu mayang, klepon, lempeng, cenil dan lupis.



Gambar 1a. Aneka Jajan Pasar



Gambar 1b. Putu Mayang Bugen Utara

Walaupun masih dalam kategori industri rumah tangga, UMKM ini memiliki potensi untuk mengembangkan usahanya. Pada tahun 2025, Kampung Bugen Utara yang menjadi lokasi UMKM masuk dalam desa wisata binaan Dinas Pariwisata Kota Semarang. Hal ini menjadi peluang yang baik bagi UMKM Kampung Jajan Pasar. Namun demikian masih terdapat permasalahan yang dialami di usaha ini antara lain dari aspek pemasaran yaitu terkait kemasan produk yang terlalu sederhana sehingga kurang menjamin kebersihan dan keamanan produk. Di samping itu, pemasaran jajan pasar masih tradisional dengan menjual di pasar dan dititipkan di warung-warung karena kurangnya SDM yang terampil menggunakan media digital dalam promosi produk. Sehingga cakupan pasar masih terbatas pada wilayah tertentu dan omset yang dihasilkan belum optimal. Lebih lanjut, dari aspek legalitas usaha, UMKM ini belum memiliki NIB dan sertifikasi halal untuk produknya.

Aneka jajan pasar yang diproduksi, dikemas dengan sangat sederhana yaitu menggunakan mika dan es mayang ayu dikemas dalam gelas plastik tipis. Putu mayang dan es mayang ayu diharapkan dapat menjadi industri yang mendukung Desa Wisata Bugen Utara. Di dalam paket wisatanya, pengunjung dapat melihat dan ikut serta dalam proses pembuatan mutu mayang, bahkan dapat membawanya sebagai buah tangan. Tidak hanya itu, putu mayang bugen utara juga dapat dijadikan alternatif hantaran yang dikemas apik. Oleh karena itu penting untuk mengemas putu mayang ini menjadi lebih menarik di mata konsumen dan dapat menjaga kualitas produk menjadi lebih lama. Produk yang dikemas menarik dan eye catching, di samping dapat meningkatkan nilai jual produk, juga dapat menarik perhatian dan minat konsumen untuk

membeli produk tersebut (Hayuningtias et al., 2024). Selain kemasan, merek sebagai identitas produk penting untuk dicantumkan sebagai bagian dari alat promosi supaya pengunjung lebih mengenal putu mayang Bugen Utara. Pemasaran aneka jajan pasar ini masih dilakukan secara konvensional dengan dijual secara langsung di pasar-pasar, dititipkan di warung-warung dan dipesan untuk acara arisan dan hajatan.

Pemasaran merupakan kegiatan pokok yang harus dilakukan untuk mempertahankan keberlangsungan sebuah usaha (Jatiningrum et al., 2021). Pemasaran memainkan peran penting dalam pengembangan sebuah bisnis (Nurendah et al., 2021). Konsep pemasaran mencakup pengembangan produk, kemasan, branding, dan strategi penjualan baik secara konvensional dan digital. Namun, pada saat ini media digital menjadi sebuah media yang perlu dikuasai oleh para pelaku UMKM. Pemasaran Digital menjadi komponen penting dalam strategi bisnis modern (Hayuningtias et al., 2024). pemasaran digital tidak hanya berfokus pada penggunaan platform online, tetapi juga pada bagaimana usaha membangun pengalaman pelanggan yang relevan melalui integrasi konten, analitik, dan interaksi (Putra et al., 2024). Pemasaran merupakan salah satu masalah terbesar yang dihadapi oleh UMKM karena kurangnya anggaran yang memadai dan sumber daya manusia yang terampil (Sharma & Goyal, 2020). Masih banyak para pelaku usaha yang belum memahami bagaimana upaya melakukan pemasaran digital sehingga pelaku UMKM masih berfokus pada penjualan secara konvensional dan akibatnya belum mampu meningkatkan pangsa pasar dan omset usaha (Putra, Sutedjo, et al., 2024; Suhana et al., 2023).

Kampung Jajan Pasar Bugen Utara belum memiliki Nomor Induk Berusaha dan produk-produknya belum memiliki sertifikat halal. Diketahui bahwa penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam sehingga sertifikat halal sangat diperlukan, selain itu dalam peraturan perundang-undangan telah menjamin juga hak setiap konsumen untuk mengetahui proses dan segala informasi terkait produk (Mansyur et al., 2023). Pemerintah dengan tegas mengatur hal tersebut sesuai dengan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Halal menyebutkan Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal (Warto & Samsuri, 2020). Dengan demikian dijelaskan pada Pasal 23 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 bahwa pelaku Usaha berhak memperoleh informasi, edukasi dan sosialisasi mengenai sistem Jaminan Produk Halal (JPH), pembinaan dalam memproduksi Produk Halal dan pelayanan untuk mendapatkan Sertifikat Halal secara cepat, efisien, biaya terjangkau dan tidak diskriminatif. Oleh karena itu penting untuk dilakukan pendampingan dalam proses pembuatannya supaya semua produk Kampung Jajan Pasar Bugen Utara memenuhi dari aspek legalitasnya dan lebih meyakinkan konsumen untuk membeli produk tersebut.

METODE

Kegiatan PKM bertempat di rumah ketua kelompok kampung jajan pasar yang beralamat di Kampung Bugen Utara RT 004/RW 003, Kelurahan Bangetayu Kulon, Kecamatan Genuk, Kota Semarang. Metode pelaksanaan pengabdian dilakukan dalam beberapa tahapan meliputi sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program.

- a. Sosialisasi:** Pada tahap ini, tim akan memberikan sosialisasi terkait pentingnya kemasan dan branding produk, pemasaran media sosial dan legalitas produk halal. Sosialisasi dilakukan untuk memberikan informasi dan pemahaman secara komprehensif kepada anggota kelompok. Kegiatan ini dihadiri oleh seluruh anggota tim, termasuk mahasiswa dan seluruh anggota kampung jajan pasar Bugen Utara. Mitra juga diharapkan berpartisipasi aktif di dalam kegiatan ini.

b. Pelatihan: Kegiatan ini meliputi pelatihan kemasan inovatif, pelatihan pemasaran media sosial dan pelatihan prosedur pendaftaran NIB dan sertifikasi halal. Pelatihan bertujuan meningkatkan ketrampilan anggota kelompok dalam mengemas produknya lebih inovatif dan memiliki nilai jual yang tinggi, bagaimana membuat akun dan konten promosi di media sosial dan bagaimana prosedur pendaftaran NIB dan sertifikasi halal.

c. Penerapan Teknologi: Adanya teknologi dapat membantu anggota kampung jajan pasar dalam mengembangkan usahanya. Penerapan teknologi dalam kegiatan ini meliputi pemasaran media sosial, teknologi pengemasan putu mayang es mayang ayu dengan menggunakan mesin agar kemasan lebih aman dan higienis.

d. Pendampingan dan Evaluasi : Kegiatan pendampingan dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh rangkaian program pengabdian berjalan lancar. Pendampingan dilakukan melalui sosialisasi dan pelatihan. Sementara itu, evaluasi dilakukan untuk memastikan hasil yang dicapai sesuai dengan yang telah direncanakan.

e. Keberlanjutan Program : Keberlanjutan program memiliki tujuan untuk memastikan bahwa hasil yang diperoleh dari kegiatan pelatihan dapat berlanjut walaupun rangkaian kegiatan pengabdian ini telah selesai. Dalam hal ini tim akan melakukan kegiatan pengabdian internal perguruan tinggi pada kampung jajan pasar ini di periode selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rangkaian pelaksanaan kegiatan Pengabdian diawali dengan focus group discussion (FGD). Kegiatan FGD dilaksanakan pada hari Senin, 9 Juni 2025. Dalam kegiatan tersebut terdapat beberapa hal yang disepakati oleh tim, pengurus dan salah satu anggota kelompok antara lain 1) pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada masyarakat akan dilaksanakan dengan dua metode, sosialisasi dan pelatihan; 2) Kegiatan sosialisasi akan dilaksanakan terlebih dahulu, setelah itu dilanjutkan dengan kegiatan pelatihan; 3) Kegiatan pelatihan akan dilaksanakan dua kali, yakni pelatihan kemasan inovatif dan pemasaran media sosial serta pelatihan pendaftaran legalitas produk halal.



Gambar 2. Kegiatan Focus Group Discussion (FGD)

Selanjutnya, kegiatan yang dilakukan adalah sosialisasi pentingnya kemasan inovatif pemasaran media sosial dan legalitas produk halal. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Kamis, 19 Juni 2025. Pada kegiatan tersebut, materi disampaikan dalam beberapa topik. Materi yang pertama disampaikan oleh Ibu Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E., M.Kom selaku anggota

sekaligus Direktur Direktorat Penelitian, Pengabdian kepada Masyarakat dan Publikasi (DPPMP) Unisbank. Beliau menyampaikan pentingnya kemasan dalam pemasaran produk. Kemasan tidak hanya melindungi produk, tetapi juga membedakan produk dari merek pesaing dan membangun identitas merek. Di samping itu, kemasan yang dirancang dengan baik dapat membangun kepercayaan konsumen akan produk yang dipasarkan (Andarwangi et al., 2024). Kemasan juga memainkan peran penting sebagai alat naratif yang memungkinkan UMKM untuk bercerita tentang kisah di balik produk mereka (Ermawati & Utami, 2025). Kemudian materi selanjutnya disampaikan oleh ketua Tim pengabdian. Materi yang disampaikan terkait pemasaran media sosial. Kotler & Keller (2016) mengemukakan pemasaran digital adalah penggunaan teknologi digital dan media seperti situs web, media sosial dan email digunakan untuk mempromosikan produk, membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen dan meningkatkan keterlibatan pelanggan. Pemasaran melalui media sosial memiliki kelebihan antara lain jangkauan pasar lebih luas, menghemat waktu dan biaya, dan adanya interaksi langsung dengan pelanggan. Pendekatan pemasaran digital menuntut pemasaran yang lebih personal dan relevan di era yang terhubung (Kotler & Keller, 2016). Pada sesi ini, peserta sosialisasi diberikan pemahaman terkait langkah-langkah membuat akun media sosial, membuat foto/ video produk serta diperlihatkan beberapa contoh konten pemasaran di instagram dan tiktok. Kegiatan sosialisasi ditunjukkan pada gambar berikut ini:



Gambar 3. Penyampaian materi sosialisasi

Materi terakhir disampaikan oleh Bapak Harmanda Berima Putra, S.E., M. Sc yang merupakan Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang sekaligus anggota tim pengabdian. Pada sesi ini, disampaikan pentingnya legalitas usaha dan manfaatnya. Legalitas usaha yang lengkap dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan konsumen dan mitra bisnis. Di samping itu juga memberikan kemudahan akses pendanaan dari lembaga keuangan. Secara keseluruhan, kegiatan sosialisasi ini berjalan dengan lancar. Peserta sangat antusias dengan materi-materi yang disampaikan oleh tim pengabdian. Lebih lanjut, peserta juga aktif bertanya dan terkait materi yang sudah disampaikan. Kegiatan sosialisasi ini dimulai pada pukul 10.00 sd 13.00 dan diakhiri dengan foto bersama. Berikut dokumentasi foto kegiatan sosialisasi kemasan inovatif, pemasaran media sosial dan legalitas produk halal kampung Jajan Pasar Bugen Utara.



Gambar 4. Foto Bersama Anggota Kelompok Usaha Jajan Pasar

Kegiatan selanjutnya adalah pelatihan kemasan inovatif dan pemasaran media sosial. Pelatihan ini dilaksanakan pada hari Senin, 25 Agustus 2023 pukul 10.30 wib. Pada kegiatan tersebut, para peserta diajarkan proses mengemas produk putu mayang dengan berbagai varian kemasan inovatif dan penataan produk yang apik dan menarik untuk dibuat konten pemasaran di media sosial. Kegiatan diawali dengan praktek mengemas produk putu mayang dan es mayang ayu dengan beberapa model kemasan. Setelah itu dilanjutkan dengan praktek foto produk untuk konten promosi di media sosial. Kegiatan selesai pada pukul 15.00 wib. Berikut adalah dokumentasi foto kegiatan pelatihan



Gambar 5. Pelatihan Kemasan Inovatif dan Pemasaran Media Sosial



Gambar 6. Foto Bersama setelah Pelatihan

Produk putu mayang sebelumnya hanya dikemas dengan mika plastik yang dialasi daun pisang. Pada kegiatan ini, para peserta berlatih mengemas produk dalam kemasan paper bowl, besek hampers dan diberikan stiker merek. Para peserta juga diajarkan cara menggunakan mesin cup sealer untuk mengemas es mayang ayu. Dalam kegiatan ini peserta pelatihan juga sangat bersemangat dan antusias dalam menata produk putu mayang secara apik dan menarik untuk dibuat konten di media sosial. Selanjutnya, foto produk akan diupload di akun media sosial kampung jajan pasar. Selain meningkatkan ketrampilan anggota kelompok, pelatihan ini sekaligus mempersiapkan UMKM Kampung Jajan Pasar menjadi industri pendukung Desa Wisata Bugen Utara. Hal ini selaras dengan paradigma pembangunan pariwisata berbasis komunitas yang menekankan keterlibatan masyarakat dalam seluruh tahapan pariwisata untuk menjaga lingkungan sosial, politik dan budaya serta memberikan pemberdayaan ekonomi (Presilla et al., 2018). Dokumentasi foto produk putu mayang dan es mayang ayu yang telah dikemas dan ditata apik untuk promosi di media sosial ditunjukkan pada gambar 7 berikut.



Gambar 7a. Kemasan Inovatif Es Mayang Ayu



Gambar 7b. Kemasan Inovatif Putu Mayang



Gambar 8. Foto Produk untuk Konten Promosi di Media Sosial

Kegiatan pelatihan yang kedua adalah pelatihan cara pendaftaran legalitas produk halal yang dilaksanakan pada hari Kamis, 28 Agustus 2025 pukul 10.30 sd 14.30 wib. Pelatihan ini diawali dengan penjelasan terkait apa saja persyaratan untuk membuat Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi halal. Adapun persyaratan membuat NIB untuk kelompok usaha adalah KTP ketua kelompok, NPWP Kelompok dan SK Pembentukan kelompok usaha. Sementara itu, persyaratan untuk membuat sertifikasi halal adalah NIB, akun Si Halal, daftar bahan baku, diagram alir produksi dan manual sistem jaminan produk halal. Sebelum membuat sertifikasi halal, peserta pelatihan yang adalah kelompok usaha jajan pasar, dijelaskan tentang cara mendaftar NIB secara mandiri. Langkah pertama adalah membuat akun di OSS (Online Single System) dengan memilih jenis pelaku usaha, masukkan email aktif kelompok dan klik verifikasi. Setelah itu, diminta membuat kata sandi untuk nanti login ke akun yang didaftarkan dan mengisi data seperti penanggung jawab usaha, npwp perusahaan dan SK pendirian usaha. Sedangkan untuk pendaftaran NIB perorangan, membutuhkan NIK dan nomor HP aktif. Berikut adalah dokumentasi foto pelatihan



Gambar 9. Kegiatan Pelatihan Prosedur Pendaftaran Legalitas Produk Halal



Gambar 10. Praktek Pembuatan Akun untuk NIB

Rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara keseluruhan dapat terlaksana dengan baik. Para peserta mengikuti kegiatan sosialisasi dengan antusias. Hal ini ditunjukkan dengan partisipasi aktif pada saat sesi diskusi. Pada saat pelatihan. Ibu-Ibu anggota kelompok pun sangat bersemangat dalam praktek pengemasan inovatif dan pembuatan konten promosi di media sosial. Selain mendapatkan pengetahuan baru, para peserta juga berkesempatan untuk praktek langsung mengemas putu mayang dengan berbagai kemasan inovatif dan es mayang ayu menggunakan mesin cup sealer. Hal ini menjadi sesuatu yang baru bagi anggota kelompok. Karena biasanya, putu mayang hanya dikemas dengan mika plastik, dan es mayang ayu dikemas dengan menggunakan gelas plastik tipis dengan tutup terpisah. Sehingga membuat es mudah tumpah. Melalui kegiatan ini, diharapkan anggota Kampung Jajan Pasar Bugen Utara lebih siap bersaing dan menjangkau pasar yang lebih luas untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga.

KESIMPULAN

- Berdasarkan analisis permasalahan mitra dan solusi yang ditentukan, serta didukung dengan metode pelaksanaan yang tepat, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh rangkaian kegiatan berjalan dengan baik. Tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini pun dapat tercapai. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan pengetahuan dan pemahaman anggota terkait pentingnya kemasan dalam pemasaran produk dan strategi pembuatan konten promosi di media sosial. Para anggota kelompok juga memahami pentingnya legalitas usaha dan produk halal dalam upaya meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, kegiatan pelatihan yang dirangkaikan juga berdampak positif bagi anggota. Ketrampilan para anggota dalam mengemas produk dan membuat konten promosi di media sosial meningkat. Lebih lanjut, para anggota memahami proses pendaftaran NIB dan sertifikasi halal. Para anggota kelompok usaha sangat antusias dan bersemangat selama kegiatan berlangsung. Hal ini dibuktikan dengan partisipasi aktif pada saat sesi diskusi. Peran aktif anggota kelompok tidak hanya pada kegiatan sosialisasi, namun ditunjukkan juga pada saat pelatihan.
- Rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini pada dasarnya sudah terlaksana dengan baik. Namun kegiatan ini akan lebih bermanfaat apabila dilakukan pendampingan secara berkelanjutan. Lebih lanjut, kelompok usaha ini adalah salah satu usaha pendukung dalam pengembangan desa wisata Bugen Utara. Harapannya, dalam beberapa tahun kedepan, Kelompok Usaha Kampung Jajan Pasar Bugen Utara semakin dikenal oleh masyarakat luas dengan produk-produk yang dihasilkan sehingga mampu memberikan kebermanfaatan yang lebih besar untuk para anggotanya.

PENGHARGAAN

Kami menghaturkan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM), Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan - Kemendiktisaintek sebagai penyandang dana hibah kegiatan pengabdian kepada masyarakat tahun anggaran 2025 dengan nomor kontrak induk 123/C3/DT.05.00/PM/2025. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Direktorat Penelitian, Pengabdian kepada Masyarakat dan Publikasi (DPPMP) Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang atas segala dukungan dalam &pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andarwangi, T., Trisnanto, T. B., & Saty, F. M. (2024). Pengemasan Produk Inovatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Di UMKM Eyek-Eyek Reggae. *Jurnal Abimana*, 2024(1), 26–30.
- Ermawati, L., & Restie Utami, Z. (2025). Empowering Community MSMEs : Enhancing Economic Potential Through Digital Marketing and Innovative Packaging Solutions in Lampung Province. *ENGAGEMENT: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 09(01), 10–26.
- Hayuningtias, K. A., Hardiyanti, W., & Aquinia, A. (2024). Penggunaan Desain Kemasan untuk Optimalisasi Penjualan UMKM Streetfood di Surakarta. *Penamas*, 8(1), 14–19.
- Hayuningtias, K. A., Hardiyanti, W., & Nuswandari, C. (2024). Optimalisasi Jangkauan Pasar Melalui Media Sosial Instagram : Inisiatif Keterlibatan Pengelola Usaha Dalam Pemasaran Digital. *PROFICIO: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 2024.
- Jatiningrum, C., Muharlisiani, L. T., Rahayu, S., & Ramadhani, A. (2021). Pengembangan UMKM Melalui Peningkatan Pemasaran Produk Kripik Tempe di Desa Wonoharjo Kabupaten Tanggamus. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1 SE-Articles), 1–6. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/nr/article/view/264>
- Kotler, P, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management . 15th Edition* (15th ed.). Pearson Education.
- Mansyur, A, Rochmani, & Suhana. (2023). Peningkatan Kapasitas Organisasi Melalui Inovasi Produk, Kualitas SDM dan Legalitas Produk Halal. *PROFICIO: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 9573–9578.
- Nurendah, Y., Mekaniwati, A., & Maulina, D. (2021). PKM Pelatihan Strategi Pengembangan Bauran Pemasaran Untuk Peningkatan Omzet UMKM. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(1), 9–16. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v2i1.428>
- Presilla, M., Rucianawati, & Kresna, M. (2018). *Model Pengembangan Pariwisata Berbasis Komunitas di Desa Ligarmukti*. PT. Kanisius.
- Putra, H. B., Nugroho, A. H. D., & Sutedjo, B. (2024). Literasi Kewirausahaan Digital Anak Pada Panti Asuhan dan Pesantren Yatim Tahfidhul Qur'an Al Yasiro. *PROFICIO: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5, 252–256. <https://doi.org/https://doi.org/10.36728/jpf.v5i1.2966>

- Putra, H. B., Sutedjo, B., & Suhana, S. (2024). *Pelatihan Pemasaran Digital Bagi Ibu-Ibu Pkk Kelurahan. 5*, 683–687.
- Sharma, S., & Goyal, D. P. (2020). Entrepreneurial marketing strategies for small businesses: An exploratory study of start-up companies in India. *Indian Journal of Marketing*, 50(8–9), 48–65. <https://doi.org/10.17010/ijom/2020/v50/i8-9/154691>
- Suhana, Mansyur, A., & Putra, H. B. (2023). Building Awareness of the Importance of Hr Quality , Product. *International Journal of Sustainability, Education, and Global Creative Economic (Ijsegce)*, 6(1), 13–18. <https://doi.org/10.1234/ijsegce.v6i1.218>
- Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>