

Peningkatan kuantitas, kualitas dan pemasaran produk berbasis teknologi pada kelompok tani Desa Sambik Bangkol

Wira Hendri¹, Syamsurrijal², Heroe Santoso³

¹Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bumigora, Indonesia

²Sastra Inggris, Fakultas Humaniora Hukum dan Parwisata, Universitas Bumigora, Indonesia

³Rekayasa Perangkat Lunak Aplikasi, Fakultas Teknik, Universitas Bumigora, Indonesia

Penulis korespondensi : Heroe Santoso

E-mail : heroe.santoso@universitasbumigora.ac.id

Diterima: 23 Oktober 2025 | Direvisi: 29 November 2025 | Disetujui: 30 November 2025 | Online: 30 November 2025

© Penulis 2025

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM di Desa Sambik Bangkol terdiri dari beragam usaha, seperti pembuatan kripik talas, mie berbahan dasar talas, pengolahan biji kopi, biji kakao dan lain-lain. Permasalahan dalam mengembangkan usaha, terutama menyangkut pemasaran produk yang hanya dijual dilingkungan sekitar atau menerima pesanan. Metode yang digunakan berfokus pada aspek-aspek spesifik sesuai dengan permasalahan dan solusi antara lain : (1) Tahapan Kegiatan, (2) Partisipasi Mitra, (3) Evaluasi Pelaksanaan Program, (4) Evaluasi Hasil Penyelesaian Permasalahan Pemasaran. Hasil dalam pengabdian ini antara lain : (1) Peningkatan kuantitas produksi kripik, (2) Peningkatan Kuantitas produksi mie sehat, (3) Kualitas keripik talas dan mie sehat sesuai dengan standar BPOM, (4) Meningkatkan profit Kelompok Wanita Tani Melati Putih. Dari pelaksanaan pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan, pelaku usaha UMKM desa Sambik Bangkol mendapatkan pengetahuan sistem pemasaran dengan digital marketing yaitu memanfaatkan teknologi seperti media sosial *facebook*, *instagram*, *tiktok*, *shopee*. Kesimpulannya bahwa pemahaman strategi digital marketing, pemasaran media sosial, dapat meningkatkan kinerja usaha kecil dan menengah. Secara keseluruhan, program ini memberikan solusi nyata bagi permasalahan mitra dan berkontribusi pada upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat di Desa Sambik Bangkol.

Kata kunci: UMKM; kelompok wanita tani; pemasaran digital; Sambik Bangkol.

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are a form of small community business that plays a very important role in reducing the unemployment rate in Indonesia. MSMEs in Sambik Bangkol Village consist of various businesses, such as making taro chips, taro-based noodles, processing coffee beans, cocoa beans and others. Problems in developing businesses, especially regarding marketing products that are only sold in the surrounding environment or receiving orders. The method used focuses on specific aspects according to the problems and solutions, including: (1) Activity Stages, (2) Partner Participation, (3) Evaluation of Program Implementation, (4) Evaluation of Marketing Problem Solving Results. The results of this service include: (1) Increasing the quantity of chip production, (2) Increasing the quantity of healthy noodle production, (3) The quality of taro chips and healthy noodles according to BPOM standards, (4) Increasing the profits of the White Melati Women Farmers Group. Through the training and mentoring provided, MSMEs in Sambik Bangkol Village gained knowledge about digital marketing systems, utilizing technology such as Facebook, Instagram, TikTok, and Shopee. The conclusion is that understanding digital marketing strategies and social media marketing can improve the performance of small and medium enterprises. Overall, this program provides real

solutions to partner challenges and contributes to improving the well-being of the community in Sambik Bangkol Village.

Keywords: MSMEs; women's farmer group; digital marketing; Sambik Bangkol

PENDAHULUAN

Desa Sambik Bangkol adalah salah satu desa dari delapan Desa di Kecamatan Gangga, yang berjarak 32 km dari Ibu Kota Kabupaten Lombok Utara. Kabupaten Lombok Utara sendiri merupakan wilayah yang masih termasuk dalam kawasan 3T dan Desa Sambik Bangkol merupakan desa 3T dengan kategori berkembang (Jannah, 2020). Struktur perekonomian Desa Sambik Bangkol di dominasi oleh sektor perkebunan dan pertanian. Potensi yang dimiliki oleh Desa Sambik Bangkol antara lain lahan pertanian dengan luas lahan sekitar 75 % dari total luas wilayah. Lahan perkebunan masih mempunyai porsi yang terbesar sebanyak 75,9 % yaitu seluas 2.428 ha dari total penggunaan lahan desa seluas 3.200 ha, dari sektor perkebunan seluas 2.155 ha, dengan indikator unggulan berupa Kelapa, Jambu Mente, Kakao, Pisang, Kopi, Cengkeh, Durian, Talas dll. Semua jenis komoditi tersebut merupakan komoditi andalan Desa Sambik Bangkol. Desa Sambik Bangkol merupakan desa penghasil cengkeh sebesar 10,50 kwintal perhektar, Talas 18 kwintal perhektar, kelapa 51 kwintal perhektar, kopi 25,50 kwintal perhektar dan coklat atau kakao 18 kwintal perhektar (Rahmawati, 2015).

Di Desa Sambik Bangkol terdapat kelompok tani yaitu Kelompok Wanita Tani (KWT) Melati Putih yang didirikan pada tanggal 26 Februari 2022. Kelompok ini mengolah umbi talas menjadi keripik dan Mie. Kelompok ini memproduksikan keripik sebanyak 8 kg dan mie sebanyak 5 sampai 10 kg tiap hari. Rata-rata anggota kelompok merupakan tamatan SD dan SMP bahkan ada yang tidak pernah bersekolah. Hal ini berdampak pada kurangnya pengetahuan dan inovasi dalam mengelola hasil perkebunan dan pertanian. Kurangnya pengetahuan, teknologi dan inovasi mitra berdampak pada aspek produksi seperti kurangnya peningkatan kualitas dan diversitas produk. Hal ini juga berdampak pada aspek manajemen dan pemasaran produk terutama peningkatan kemampuan manajemen, peningkatan *income generating*, kemampuan pembukuan dan pengelolaan usaha, kemampuan analisis usaha, kemampuan keberlanjutan usaha dan kemampuan pemasaran produk antar wilayah/kabupaten, dan lain-lain. Jumlah penduduk Desa Sambik Bangkol yaitu 7.354 orang yang terdiri dari penduduk laki laki 3.708 orang dan penduduk perempuan 3.646 orang. 90 % masyarakat desa Sambik Bangkol bekerja sebagai pekebun, petani dan nelayan (Lisan et al., 2023).

Kelompok Wanita Tani (KWT) Melati Putih mengolah umbi talas menjadi kerepek talas, dan mie sehat yang menjadi makanan alternatif bagi penderita diabetes dan mencegah stanting. Umbi talas seperti hasil penelitian pengujian perubahan hematologi dan aktivitas antidiabetik dari colocasia esculenta (L.) umbi talas bahwa memiliki aktivitas penurunan kadar glukosa darah pada dosis 200 mg/kgBB, 400 mg/kgBB, 600 mg/kgBB dapat memperbaiki kadar glukosa darah (Imanda, Indriani, Fatoni, & Natasia Rahajeng, 2023).

Dengan keterbatasan pengetahuan yang dimiliki, Kelompok Wanita Tani Melati Putih mengalami kendala masalah peningkatan kuantitas, kualitas produksi, manajemen dan masalah pemasaran. Kelompok Tani Melati Putih hanya memproduksi kripik dan mie talas hanya satu varian saja, sehingga sulit bersaing di pasar nasional, produk yang dihasilkan masih menggunakan alat tradisional yang terbuat dari kayu yang kadar higenitasnya masih rendah, kuantitas produk bersifat fluktuatif berdasarkan permintaan pasar sehingga *income* yang didapat cendrung tidak menguntungkan. Selain itu pemasarannya masih bersifat lokal sehingga produk tidak bisa menjangkau pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, Mitra sangat perlu diberikan pembinaan tentang strategi peningkatan kuantitas, kualitas dan diversitas produk selain itu perlu dilakukan pelatihan manajemen usaha dan strategi pemasaran berbasis teknologi dengan memanfaatkan teknologi dan informasi berupa website dan media sosial sehingga mitra dapat menjangkau pasar skala nasional maupun internasional (Surya, 2021).

Dengan menggunakan aplikasi website masyarakat atau pelanggan akan memperoleh informasi yang detail tentang produk maupun tempat produksi. Informasi yang baik merupakan salah satu media yang sangat penting untuk menarik konsumen untuk membeli sebuah produk. Dengan adanya pembinaan tentang manajemen usaha dan pemasaran melalui web diharapkan adanya peningkatan kuantitas, kualitas dan diversitas produk. Selain itu anggota kelompok memiliki kemampuan manajemen yang baik, peningkatan jumlah aset dan omset, peningkatan *income generating*, penataan organisasi, kemampuan pembukuan dan pengelolaan usaha, kemampuan analisis usaha, dan kemampuan keberlanjutan usaha serta menjangkau pasar yang bersifat nasional maupun internasional (Muharam, Gursida, Hasyim, Daryono, & Ramdan, 2023).

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai sarana untuk membantu mitra memecahkan permasalahan terkait dengan peningkatan kuantitas, kualitas, manajemen usaha dan pemasaran. Kegiatan PkM ini merupakan hasil implementasi dari penelitian tim sebelumnya yang berjudul "Pelatihan Pembuatan Mie Sehat Sebagai Pangan Alternatif untuk Mencegah Stunting di Desa Sambik Bangkol" di mana menurut penelitian tersebut disimpulkan bahwa mitra mendapatkan pengetahuan dan keterampilan dalam mengolah umbi talas menjadi keripik dan mie sehat. Namun dalam penelitian ini belum menyentuh bagaimana strategi meningkatkan kuantitas, kualitas dan manajemen pemasaran produk (Syamsurrijal et al., 2024).

Tujuan pendampingan dan pelatihan adalah (1) Meningkatkan pemahaman tentang dasar digital marketing, (2) Membangun keterampilan praktis: Memberikan pelatihan langsung tentang penggunaan alat-alat dan platform digital marketing seperti *Facebook*, *instragram*, *shopee*, *tiktok*, (3) Mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif: Membantu peserta merumuskan dan melaksanakan kampanye pemasaran yang sesuai dengan target pasar mereka, (4) Memahami dan menganalisis data: Melatih peserta untuk menganalisis data pemasaran agar dapat membuat keputusan yang lebih tepat dan efektif (Pratiwi, Suranto, Nurgiyatna, Musabbikha, & Sofyan, 2024)

METODE

Kegiatan PKM ini bertujuan untuk membantu mitra dalam menyelesaikan permasalahan yang terkait dengan produksi dan pemasaran. Adapun metode dan tahapan pelaksanaannya akan difokuskan pada aspek-aspek spesifik sesuai dengan permasalahan dan solusi yang telah disepakati bersama antara tim dengan mitra. Berdasarkan jenis kegiatan, dilakukan melalui beberapa tahapan sebagaimana yang digambarkan Gambar 1.

Persiapan Awal

Pada persiapan awal dilakukan dengan mengkaji literatur serta menggali informasi untuk mendukung kelengkapan administrasi personil serta pihak-pihak yang akan terlibat selama kegiatan PkM berlangsung.

Pengadaan Instrumen Sosialisasi

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data mengenai peralatan yang dibutuhkan untuk menyelenggarakan kegiatan sosialisasi terkait format dan jadwal kegiatan yang akan dilaksanakan selama Program Kemitraan Masyarakat (PkM). Peralatan yang harus dipersiapkan meliputi pembuatan poster, jadwal kegiatan, dan penyusunan materi sosialisasi. Selain itu, pada tahap ini juga dilakukan koordinasi antara tim dan mitra untuk menetapkan jadwal, lokasi, dan kebutuhan lain yang perlu disetujui bersama guna mendukung kelancaran tahapan selanjutnya.

Sosialisasi Kegiatan PkM

Pada tahap ini, dilakukan sosialisasi mengenai kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PkM) yaitu terkait pengembangan inovasi produk keripik talas dan Mie Sehat dalam kemasan dan strategi pemasaran terkait branding dan pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan jangkauan pasar. Kegiatan ini difasilitasi oleh tim pelaksana yang telah berkoordinasi bersama ketua kelompok dan

Peningkatan kuantitas, kualitas dan pemasaran produk berbasis teknologi pada kelompok tani Desa Sambik Bangkol

akan dihadiri oleh semua anggota kelompok mitra serta petugas atau penyuluhan lapang setempat.

Kegiatan Pelatihan Produksi dan Pemasaran keripik talas dan Mie Sehat

Pada kegiatan ini akan dilakukan kegiatan pelatihan pembuatan keripik talas dengan varian rasa baru. Pada kegiatan ini mitra akan memperoleh bantuan berupa alat produksi keripik talas dan alat pengemas vakum serta bahan penunjang produksi lainnya seperti plastik kemasan dan label produk sebagai wujud penerapan teknologi dalam mendukung penyelesaian permasalahan mitra. Kegiatan ini juga dilanjutkan dengan pelatihan terkait strategi pemasaran dengan memperkuat merk produk (*branding*) dan pemanfaatan sosial media untuk meningkatkan promosi dan memperluas jangkauan pasar.

Pendampingan Produksi dan Pemasaran

Kegiatan pendampingan ini merupakan rangkaian dari kegiatan pelatihan produksi sebelumnya. Pada kegiatan ini, tim bersama-sama akan mendampingi dan memastikan mitra memahami dan menerapkan teknik pembuatan keripik talas dan Mie Sehat mulai dari persiapan bahan baku sampai teknik pengemasan dan penyimpanan produk. Selain itu juga dilakukan pendampingan terkait aktivasi aplikasi website, sosial media facebook, Tiktok dan instagram dan upaya peningkatan performa akun untuk menjaring lebih banyak target pasar (calon konsumen).

Pengajuan HKI terkait Merk Dagang dan Logo Produk

Pada tahap ini akan dilakukan pengumpulan kelengkapan administrasi untuk pengajuan Hak Kekayaan Intelektual mitra terkait merk dagang dan logo produk ke bagian HKI DEPKUMHAM untuk keperluan penerbitan sertifikat HKI.

Evaluasi Hasil Pendampingan

Pada tahap ini tim PkM akan terus melakukan koordinasi dan pengukuran terkait hasil pelatihan pengembangan inovasi produk keripik talas dan Mie Sehat serta melakukan analisa peningkatan pendapatan dan keuntungan penjualan selama 3 bulan berturut-turut.

Keberlanjutan Program

Setelah kegiatan PkM berakhir, tim akan secara berkelanjutan memantau konsistensi dari penerapan teknologi inovasi yang telah dilakukan kepada mitra. Selain itu, tim akan membuka akses komunikasi yang intensif sehingga selalu siap jika suatu saat mitra membutuhkan bantuan jika terjadi permasalahan baik itu dalam hal proses produksi, pelayanan perbaikan alat dan pengembangan strategi pemasaran maupun terkait peningkatan kualitas layanan yang dibutuhkan.

Partisipasi Mitra

Partisipasi mitra selama kegiatan PkM berlangsung adalah menjadi fasilitator utama terutama pada setiap tahapan kegiatan mulai dari tahap persiapan hingga evaluasi kegiatan. Adapun peran dan partisipasi mitra adalah sebagai berikut:

1. Menyiapkan waktu dan tempat sosialisasi dan pelatihan. Dalam hal ini mitra yang dipimpin oleh ketua melakukan koordinasi secara interal untuk menentukan waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan untuk memastikan kegiatan berlangsung secara kondusif.
2. Menyiapkan peralatan dan bahan-bahan produksi. Kegiatan pelatihan akan mengharuskan seluruh anggota kelompok mitra untuk bersama-sama melakukan proses pengolahan umbi talas menjadi keripik talas dan Mie Sehat dengan varian baru yang siap dikemas dan disimpan sebelum dipasarkan.
3. Menyiapkan dokumen-dokumen administratif untuk kepentingan penerbitan sertifikat HKI.
4. Melakukan pencatatan keuangan usaha dengan tertib terutama selama kegiatan pendampingan

berlangsung yaitu selama kurang lebih 3 bulan untuk keperluan evaluasi ketercapaian luaran program.

Evaluasi Pelaksanaan Program

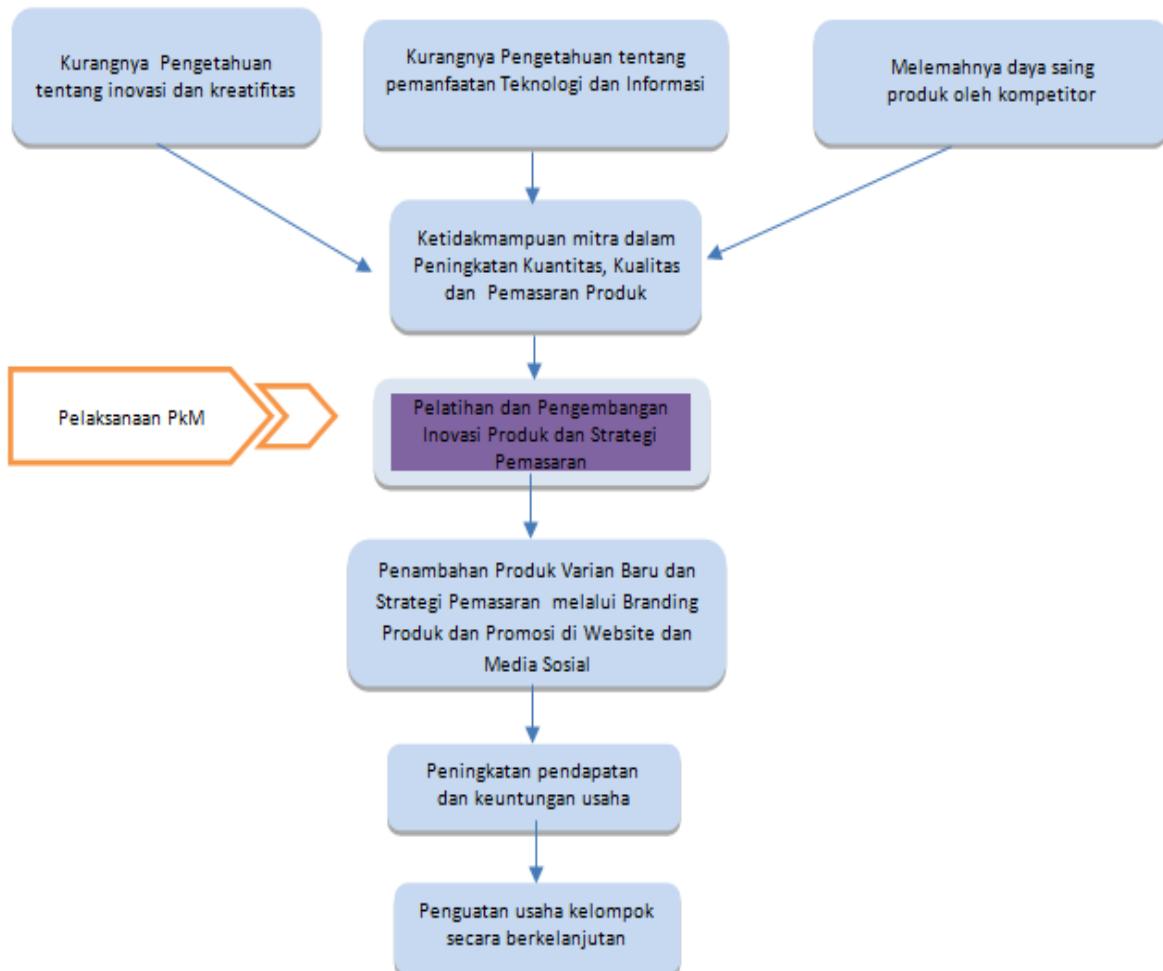
Evaluasi Hasil Penyelesaian Permasalahan Produksi

Evaluasi hasil penyelesaian permasalahan produksi dilakukan setelah berakhirnya kegiatan pelatihan dan pendampingan. Evaluasi dilakukan untuk mengamati sejauh mana keberhasilan mitra dalam memproduksi keripik talas dan Mie Sehat dengan varian baru dan mengamati seberapa banyak pertambahan kapasitas produksi yang dihasilkan. Evaluasi ini juga dimaksudkan untuk memperoleh data sejauh mana peningkatan kualitas produk dan memastikan produk tersebut dapat memenuhi permintaan dan keinginan konsumen mitra.

Evaluasi Hasil Penyelesaian Permasalahan Pemasaran

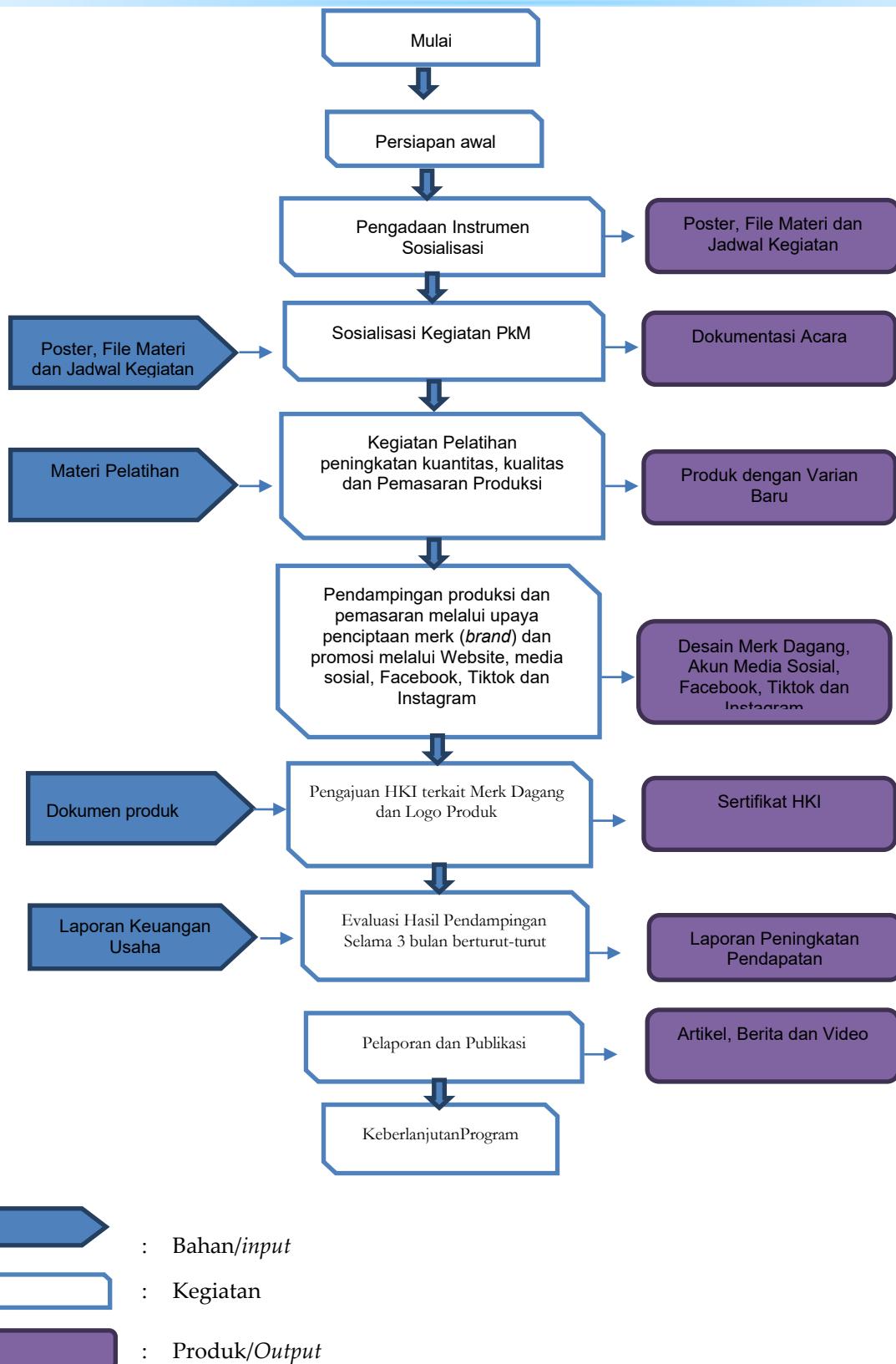
Evaluasi terhadap hasil penyelesaian permasalahan pemasaran ditujukan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman kelompok mitra terkait pemanfaatan aplikasi media sosial untuk meningkatkan jangkauan pasar sehingga akan dapat diukur salah satu indikator ketercapaian luaran terkait peningkatan hasil penjualan yang dilihat berdasarkan laporan keuangan usaha selama 3 bulan berturut-turut.

Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni (IPTEKS) yang akan diterapkan pada kgiatan PkM ini diimplementasikan dalam bentuk pelatihan. Berikut adalah ilustrasi penerapan IPTEKS pada kegiatan PkM, seperti pada tampak (Gambar 2).



Gambar 2. Penerapan IPTEKS pada Kegiatan PkM

Peningkatan kuantitas, kualitas dan pemasaran produk berbasis teknologi pada kelompok tani Desa Sambik Bangkol



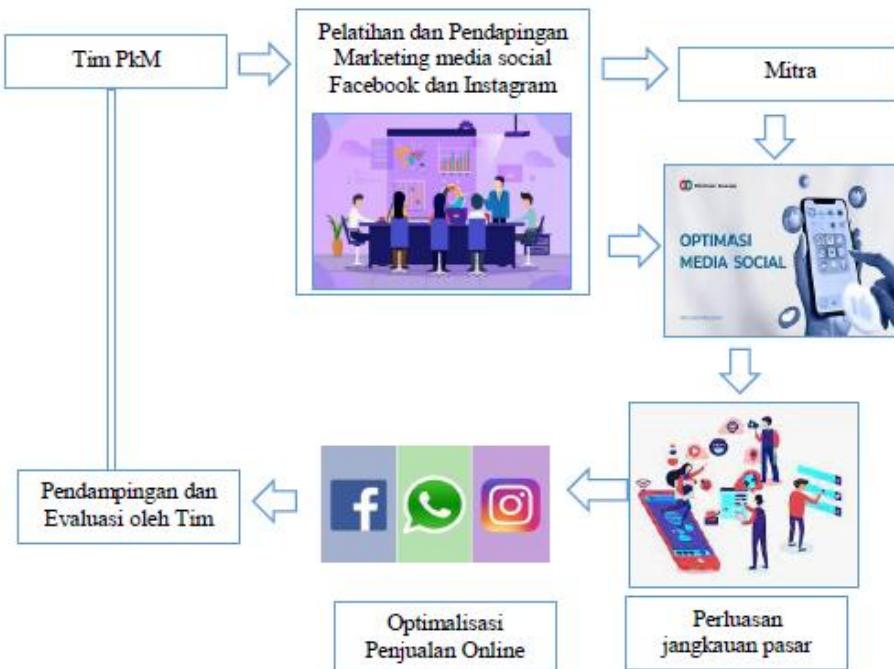
Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan PkM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan IPTEKS berikutnya terkait strategi pemasaran dengan *branding* dan pemanfaatan media sosial akan diperlihatkan pada gambar sebagai berikut (Gambar 3): (Dr. Marissa Grace Haque-

Peningkatan kuantitas, kualitas dan pemasaran produk berbasis teknologi pada kelompok tani Desa Sambik Bangkol

Fawzi, S.H., M.Hum., M.B.A., M.H., Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., Dr. Heri Erlangga, S.Sos., DR. Ir. H. Nurjaya., SE., & Denok Sunarsi, S.Pd., 2022)



Gambar 3. Penerapan IPTEKS dalam Pelatihan Pemasaran Produk

Pada pelatihan terkait strategi pemasaran produk melalui strategi *branding* dan optimalisasi media sosial kepada mitra tentunya akan meningkatkan jangkauan pasar sehingga munculnya para konsumen bahkan pelanggan baru yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan dan keuntungan usaha (Azizah, Indahyanti, Latifah, & Sumadyo, 2020).

Berikut adalah gambaran umum tentang proses pendampingan dan pelatihan tersebut: 1) asesmen awal, 2) Perencanaan pelatihan, 3) pelaksanaan pelatihan, 4) pendampingan praktik; 5) Pengembangan lanjutan (Tajuddin, Anas, Muhib, & ..., 2025).

Tahap awal dalam pelaksanaan pengabdian adalah melakukan asesmen awal yang bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tujuan peserta, seperti target pasar, jenis produk atau layanan, serta sasaran yang ingin dicapai melalui digital marketing. Disamping itu juga asesmen ini dilakukan untuk menilai kemampuan digital marketing peserta, baik dari sisi pengetahuan maupun praktik, agar pelatihan dapat disesuaikan.



Gambar 4. Keripik dan Mie dihasilkan oleh KWT Melati Putih

Setelah melakukan asesmen awal, selanjutnya melakukan pelaksanaan pelatihan yaitu penyampaian materi oleh pengajar atau mentor memberikan materi secara terstruktur sesuai dengan topik yang direncanakan. Topik meliputi: 1) Dasar-dasar digital marketing: pembuatan akun media

Peningkatan kuantitas, kualitas dan pemasaran produk berbasis teknologi pada kelompok tani Desa Sambik Bangkol

sosial, email marketing. 2) Pembuatan strategi: membimbing peserta untuk membuat strategi pemasaran digital yang sesuai dengan bisnis mereka. 3) Pelatihan alat digital: Mengajarkan penggunaan tools digital marketing seperti facebook, instagram, tiktok (Qurhtuby, Fahira, & Agustina, 2021).

Berikut adalah materi pelatihan Digital Marketing untuk PkM; 1) Pengenalan Digital Marketing yang meliputi, Pengertian digital marketing dan perbedaannya dengan pemasaran tradisional dan pentingnya digital marketing bagi PkM untuk meningkatkan penjualan dan visibilitas. 2) Pembuatan Strategi Digital Marketing meliputi, bagaimana merancang strategi pemasaran digital yang sesuai dengan tujuan bisnis, menentukan target audiens yang tepat melalui segmentasi pasar, mengidentifikasi saluran pemasaran digital yang paling relevan (media sosial, email) (Hariyono, Dyah, & Paramitha, 2023)

Tahap berikutnya adalah tahap pendampingan praktek yang meliputi a) penerapan pengetahuan dimana peserta mempraktikkan ilmu yang telah dipelajari dalam kasus bisnis mereka sendiri. Misalnya, merancang kontek iklan media sosial. b) Feedback: Mentor memberikan umpan balik atas hasil praktek peserta, memperbaiki strategi, dan membantu mengoptimalkan kinerja kampanye digital marketing (Sarwindah, Laurentinus, Rizan, & Hamidah, 2021). Gambar 5 memperlihatkan pendampingan praktek memanfaatkan media sosial.



Gambar 5. Pendampingan Praktek Memanfaatkan Media Sosial.

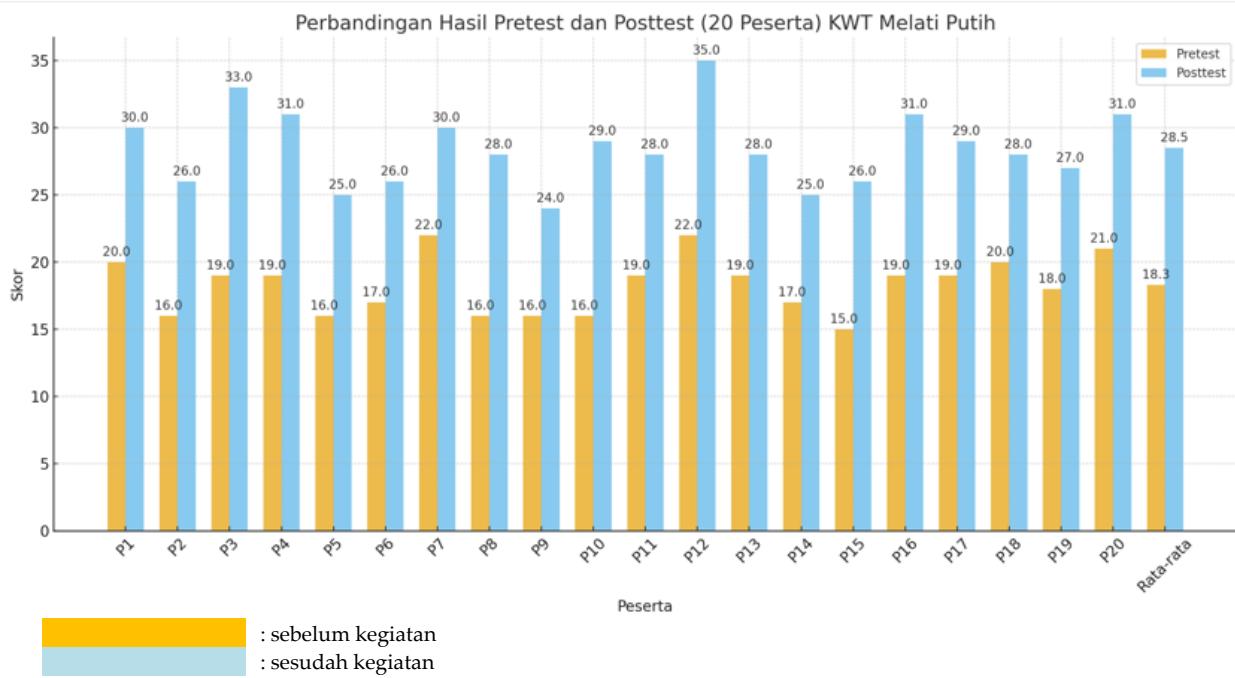
Tahap terakhir dari pelaksanaan pengabdian adalah pengembangan lanjutan yang meliputi a) Review dan evaluasi: Melakukan evaluasi atas perkembangan peserta setelah masa pelatihan, mengidentifikasi area yang perlu perbaikan, serta memberikan saran untuk pengembangan lebih lanjut; b) Mentoring lanjutan: Beberapa program menawarkan bimbingan lanjutan untuk memastikan peserta dapat terus berkembang dan menyesuaikan diri dengan perubahan dalam digital marketing (Rudiawan, Kunci, & Produksi, 2021).



Gambar 6. Pendampingan Lanjutan Memanfaatkan Media Sosial

Peningkatan kuantitas, kualitas dan pemasaran produk berbasis teknologi pada kelompok tani Desa Sambik Bangkol

Berikutnya hasil perbandingan peningkatan pengetahuan sebelum dan sesudah kegiatan mitra Kelompok Wanita Tani Melati Putih. Berikut merupakan hasil perbandingan pretest dan posttest dengan responden berjumlah 20 dalam bentuk grafik pada gambar 7.



Gambar 7. Sebelum dan sesudah kegiatan mitra Kelompok Wanita Tani Melati Putih

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan program Pemberdayaan Berbasis Masyarakat dengan lingkup Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) di Desa Sambik Bangkol Kecamatan Gangga Kabupaten Lombok Utara menghasilkan luaran berupa (1) Peningkatan yang sangat signifikan kuantitas produksi kripik talas yang awalnya produksi rata-rata 8 kg/hari menjadi 16 kg/hari, (2) Kuantitas produksi mie sehat yang awalnya produksi rata-rata 10 kg/hari menjadi 20 kg/hari, (3) Demikian juga dengan kualitas keripik talas dan mie sehat meningkat sesuai dengan standar BPOM, (4) Dengan adanya pemanfaatan teknologi dan informasi berupa website, media sosial seperti facebook, tiktok dan instagram sebagai media pemasaran produk dapat meningkatkan kuantitas produk penjualan sehingga meningkatkan profit atau keuntungan bagi mitra Kelompok Wanita Tani Melati Putih.

Perkembangan teknologi yang pesat membuat usaha di bidang apapun akan mampu berkembang lebih pesat. Dengan memanfaatkan teknologi dan informasi tersebut di atas berupa aplikasi smartphone dan dikelola dengan baik akan memberikan kemajuan yang sangat baik. Ke depannya tim pengabdian akan mendampingi mitra Kelompok Wanita Tani Melati Putih dalam pemasaran produk-produk yang dihasilkan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Segenap tim pengabdian kepada masyarakat menyampaikan ucapan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi Republik Indonesia dan Universitas Bumigora atas bantuan dana dan dukungan yang diberikan untuk kegiatan pengabdian kami di Desa Sambik Bangkol Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara. Tanpa bantuan dan dukungan finansial dari Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi Republik Indonesia, kami tidak akan dapat melaksanakan kegiatan ini dengan lancar dan sukses. Kami sangat menghargai kepercayaan dan kesempatan yang diberikan kepada kami untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat melalui kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Azizah, N. L., Indahyanti, U., Latifah, F. N., & Sumadyo, S. B. (2020). Pemanfaatan Pembukuan Digital pada Kelompok UMKM di Sidoarjo Sebagai Media Perencanaan Keuangan. *Community Empowerment*, 6(1), 64–70. <https://doi.org/10.31603/ce.4378>
- Dr. Marissa Grace Haque-Fawzi, S.H., M.Hum., M.B.A., M.H., M., Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., M., Dr. Heri Erlangga, S.Sos., M. P., DR. Ir. H. Nurjaya., SE., M., & Denok Sunarsi, S.Pd., M. M. Ch. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In D. A. Putri (Ed.), *Pascal Books*. Banten: Pascal Books.
- Hariyono, D. F., Dyah, I., & Paramitha, D. A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Mikro Ud. Al Mubarokah Pare. *Senma*, 1(1), 1–12.
- Imanda, Y. L., Indriani, M., Fatoni, A., & Natasia Rahajeng, V. (2023). UJI EFEK ANTIDIABETES EKSTRAK ETANOL UMBI TALAS (*Colocasia esculenta L.*) PADA TIKUS PUTIH JANTAN YANG DIINDUKSI ALOKSAN. *Jurnal Ilmiah Bakti Farmasi*, 8(2), 71–79. <https://doi.org/10.61685/jibf.v8i2.107>
- Jannah, B. N. (2020). *Analisis fiqh muamalah terhadap jual beli material Rumah Tahan Gempa (RTG) antara aplikator dan pokmas di Desa Sambik Bangkol Kecamatan Gangga Kabupaten Lombok Barat*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM MATARAM.
- Lisan, F. M., Nyoman Putri Utami, N., Riski Andini, M., Bisri, D., Yauma Putri Fara Diba, A., Aini, W., ... Muthahanas, I. (2023). Inovasi produk pengolahan kopi susu gula aren serta strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat desa Sambik Bangkol Lombok Utara. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 6(1), 179–184.
- Muharam, H., Gursida, H., Hasyim, W., Daryono, & Ramdan, M. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Umkm Di Tajur Halang Kab. Bogor. *Journal of Community Service and Engagement (JOCOSAE)*, 3(5), 28–33.
- Pratiwi, A. A., Suranto, S., Nurgiyatna, N., Musabbikha, M., & Sofyan, A. (2024). Pendampingan Pelatihan Aplikasi Media Sosial Di Masa Pandemi Covid 19 Pada Batik Av Production. *JURNAL PENGABDIAN TEKNOLOGI TEPAT GUNA*, 5(2), 105–115. <https://doi.org/10.47942/jpttg.v5i2.799>
- Qurhtuby, M., Fahira, D. N., & Agustina, E. (2021). Digital Marketing Implementation: Implementasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Industri Di Kelurahan Tangkerang. *Jurnal Pendidikan Tabusai*, 05(02), 063–068.
- Rahmawati. (2015). Karakterisasi pati talas (*Colocasia Esculenta (L.) Schott*) sebagai alternatif sumber pati industri di indonesia. *Jurnal Teknologi Kimia Dan Industri*, 1(1), 348–351.
- Rudiawan, H., Kunci, K., & Produksi, M. (2021). Peranan Manajemen Produksi dalam Menyelaraskan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen FE-UB*, 9(2), 66.
- Sarwindah, S., Laurentinus, L., Rizan, O., & Hamidah, H. (2021). Memanfaatkan Digital Marketing bagi Usaha Rumahan Sayuran Hidroponik dengan E-Commerce sebagai Media Promosi. *Jurnal Teknologi Terpadu*, 7(2), 65–69. <https://doi.org/10.54914/jtt.v7i2.338>
- Surya, A. (2021). Analisis Faktor Penghambat UMKM Di Kecamatan Cileungsi. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(2), 342–350. <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i2.354>
- Syamsurrijal, S., Ardian, J., Naufali, M. N., Latif, K. A., Saloko, S., Putra, G. M. D., & Hadi, A. P. (2024). Pelatihan Pembuatan Mie Sehat Sebagai Pangan Alternatif untuk Mencegah Stunting di Desa Sambik Bangkol. *Alamtana: Jurnal Pengabdian Masyarakat UNW Mataram*, 5(3), 173–178. <https://doi.org/10.51673/jaltn.v5i3.2301>
- Tajuddin, M., Anas, A. S., Muhid, A., & ... (2025). Pendampingan Dan Pelatihan Digital Marketing UMKM Desa Batu Asak-Lombok Tengah. *Jurnal Pengabdian* ..., 6(1), 722–729.