



Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers

"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"

17-18 Oktober 2023

Purwokerto

"Tema: 8 (Pengabdian Kepada Masyarakat)"

PENGEMBANGAN KELOMPOK USAHA "UMMI MANDIRI" MELALUI OPTIMALISASI PRODUK DAN STRATEGI PEMASARAN

Lilis Siti Badriah¹, Dijan Rahajuni², Nunik Kadarwati³, dan Barokatuminalloh⁴

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

ABSTRAK

Kelompok usaha "Ummi Mandiri" beranggotakan ibu-ibu rumah tangga di Desa Panembangan, Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas yang berusaha memberdayakan diri mereka melalui kegiatan produktif. Produk yang dihasilkan berupa makanan berbasis ikan lele, seperti abon, kerupuk kulit, sistik duri ikan lele, kue kering berbasis duri ikan lele. Namun dalam pengembangan usahanya, mereka terkendala oleh keterbatasan kemampuan dalam aspek produksi dan aspek pemasaran, padahal kedua aspek ini sangat penting dalam kegiatan usaha. Potensi pasar yang ada relatif terbuka. Oleh karena itu, Tim Pengusul Pengabdian kepada Masyarakat berusaha untuk memberikan solusi atas permasalahan tersebut melalui penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan terkait dengan aspek produksi dan strategi pemasaran, sehingga mereka dapat mengembangkan usahanya secara lebih optimal. Tujuan kegiatan PkM Ipteks ini adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kelompok dalam melakukan optimalisasi produk dan strategi pemasaran untuk meningkatkan pangsa pasar sehingga diharapkan mampu meningkatkan pendapatan. Hasil kegiatan pengabdian PkM Ipteks ini telah memberikan manfaat nyata bagi mitra berupa peningkatan pemahaman pentingnya memiliki jiwa wirausaha, pentingnya diferensiasi produk, memahami strategi pemasaran yang efektif, dan pemanfaatan digital marketing untuk pemasaran produk secara online

Kata kunci: Pengembangan Usaha, Optimalisasi Produk, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

The "Ummi Mandiri" business group consists of housewives in Panembangan Village, Cilongok District, Banyumas Regency who are trying to empower themselves through productive activities. The products produced are catfish-based foods, such as shredded meat, skin crackers, catfish spines-based cookies. However, in developing their business, they are hampered by limited capabilities in the production and marketing aspect, even though these two aspects are very important in business activities. The existing market potential is relatively open. Therefore, the Community Service Team is trying to provide solutions to these problems through counseling, training, and assistance related to aspects of production and marketing strategies, so that they can



Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers

"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"

17-18 Oktober 2023

Purwokerto

develop their business more optimally. The aim of this community service activities is to increase the group's knowledge and skills in optimizing products and marketing strategies to increase market share so that it is hoped that they will be able to increase revenue. The results of this PkM Science and Technology service activity have provided real benefits for partners in the form of increased understanding of the importance of having an entrepreneurial spirit, the importance of product differentiation, understanding effective marketing strategies, and the use of digital marketing for online product marketing.

Keywords: *Business Development, Product Optimization, Marketing Strategy*

PENDAHULUAN

Salah satu usaha produktif yang berkembang di Kabupaten Banyumas adalah UMKM berbasis pengolahan Ikan di Desa Panembangan Kecamatan Cilongok. Berdasarkan survey pendahuluan, diketahui bahwa Desa Panembangan merupakan satu-satunya desa di Kecamatan Cilongok yang memiliki *master plan* untuk 5 tahun ke depan. Dengan potensi desa berupa perikanan, pada tahun 2022 Desa Panembangan ditetapkan sebagai *Smart Fisheries Village* (SFV) yaitu Desa Pintar Berbasis Ikan. SFV merupakan program nasional, yaitu program unggulan Badan Riset Sumber Daya Manusia Kelautan dan Perikanan (BRSDMKP). Di Desa Panembangan terdapat kelompok budidaya perikanan (Pokdakan) dan beberapa kelompok pengolah pemasar. Salah satu kelompok pengolah pemasar adalah Kelompok Usaha "Ummi Mandiri" yang memproduksi makanan berbasis ikan lele. Kelompok ini berdiri sejak tahun 2019, sebelum adanya program SFV. Kelompok ini beranggotakan 16 orang istri anggota Kelompok Pembudidaya Ikan (pokdakan) Mina Mandiri di Desa Panembangan Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas.

Kelompok usaha "Ummi Mandiri" memiliki potensi untuk berkembang lebih baik karena ketersediaan bahan baku yang mudah diperoleh. Kegiatan ini pun dapat mendukung program pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan ekonomi produktif karena dikerjakan secara manual sehingga dapat berkontribusi dalam menyediakan kesempatan kerja untuk masyarakat sekitarnya. Dengan demikian, keberadaan kelompok usaha ini merupakan wujudnya pemberdayaan masyarakat desa dalam rangka meningkatkan kemandirian ekonomi dan kualitas hidup yang lebih baik.

Produk kelompok usaha "Ummi Mandiri" adalah makanan olahan berbasis ikan lele. Produk utamanya adalah Abon Ikan Lele. Kemudian, kelompok ini melakukan diversifikasi produk yang merupakan turunan dari produk utamanya, berupa pemanfaatan limbah dari ikan lele, seperti duri dan kulit ikan lele. Duri ikan lele diolah menjadi kerupuk, sistik, dan kue kering. Produk selanjutnya yang dikembangkan adalah kue pastel kering berisikan abon ikan lele. Produk lain yang akan dikembangkan adalah olahan kulit dari ikan lele yang rencananya akan dibuat kerupuk kulit/rambak ikan lele.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Kusniah, ketua kelompok usaha "Ummi Mandiri", berkembangnya usaha ini diharapkan dapat memaksimalkan penciptaan nilai tambah dari potensi lokal berupa Ikan Lele melalui pengolahannya menjadi berbagai macam produk yang lebih *marketable*. Namun, berdasarkan hasil survey pendahuluan diketahui bahwa mereka masih menghadapi kendala dalam melakukan usahanya karena adanya keterbatasan-keterbatasan yang mereka miliki sehingga usaha yang dijalankan belum mengalami perkembangan yang berarti. Keterbatasan-keterbatasan tersebut antara lain: belum mengoptimalkan produk untuk meningkatkan daya tarik dan kepercayaan bagi konsumen, terutama untuk produk-produk varian baru. Disamping itu juga keterbatasan dalam pemasaran produk.



Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers

"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"

17-18 Oktober 2023

Purwokerto

Pemasaran selama ini masih bersifat konvensional dengan cara penyebaran informasi dari mulut ke mulut dan titip jual di warung sekitar. Dengan metode pemasaran seperti itu, maka pasarnya pun relatif terbatas sehingga proses penjualan sampai semua produk terserap pasar, membutuhkan waktu yang relatif lama.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, permasalahan utama kelompok usaha "Ummi Mandiri" adalah keterbatasan kemampuan mereka, baik dalam aspek produksi maupun aspek pemasaran. Padahal kedua aspek ini sangat penting.

Sebenarnya, kelompok usaha "Ummi Mandiri" memiliki peluang yang baik untuk berkembang mengingat bahan baku produk berbasis potensi lokal, yaitu ikan lele, yang memang dibudidayakan oleh Kelompok Pembudidaya Ikan (Pokdakan) di Desa Panembangan. Usaha dengan berbasis potensi ekonomi lokal akan mampu menciptakan efisiensi. Efisiensi merefleksikan biaya yang rendah untuk sejumlah output pada suatu tingkat kualitas tertentu (Madura, 2001).

Salah satu sumber efisiensi adalah memanfaatkan sumber bahan baku yang berlimpah sehingga harganya menjadi lebih murah. Bahan baku merupakan proporsi terbesar dalam proses produksi. Ketika bahan baku harganya murah, maka dapat menghemat biaya. Jika biaya hemat, maka biaya rata-rata pun lebih rendah sehingga harga jual dapat lebih murah dan memiliki daya saing dengan produk sejenis (Hariadi dan Badriah, 2010).

Namun, perkembangan kelompok usaha "Ummi Mandiri" belum berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Padahal Potensi pasar pun relatif terbuka mengingat Desa Panembangan Kecamatan Cilongok terletak di Kabupaten Banyumas yang strategis dan memiliki banyak destinasi wisata. Produk kelompok usaha "Ummi Mandiri" diharapkan dapat menjadi alternatif pilihan bagi wisatawan sebagai cinderamata/oleh-oleh. Demikian juga, berkembangnya teknologi digital memungkinkan pemasaran produk melalui media digital (*digital marketing*) sehingga daya jangkau pasarnya menjadi lebih luas.

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan kegiatan Pengabdian Kepada masyarakat adalah untuk memberikan solusi atas permasalahan usaha tersebut di atas, melalui peningkatan pengetahuan dan keterampilan kelompok usaha dalam mengembangkan kegiatan usaha mereka, baik dalam aspek produksi sehingga mereka dapat mengoptimalkan produk yang dihasilkan untuk mendapat kepercayaan masyarakat maupun dalam strategi pemasaran produk yang tepat.

METODE PELAKSANAAN

Mitra kegiatan PkM ini adalah kelompok usaha "Ummi Mandiri" di Desa Panembangan, Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas. Kelompok ini dipilih sebagai khalayak sasaran berdasarkan pertimbangan kriteria, antara lain: (1) Kelompok ini sudah merintis usaha produktif secara mandiri sehingga diharapkan semakin mampu menjadi sarana pemberdayaan masyarakat yang lebih luas, (2) Kelompok ini memiliki kemauan untuk mengembangkan usahanya dan memperluas pemberdayaan masyarakat sekitar, mengingat adanya potensi sumberdaya lingkungan yang mendukung ketersediaan bahan baku, (3) Potensi pasar yang relatif besar karena Kabupaten Banyumas merupakan wilayah yang strategis dengan sejumlah destinasi wisata sehingga produk kelompok usaha "Ummi Mandiri" dapat menjadi salah satu produk oleh-oleh bagi wisatawan. Disamping itu juga memang produk yang dihasilkan merupakan makanan sehari-hari yang dibutuhkan juga oleh



Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers

"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"

17-18 Oktober 2023

Purwokerto

masyarakat.

Berdasarkan hasil analisis situasi dan wawancara dengan ketua dan anggota kelompok usaha "Ummi Mandiri", solusi yang ditawarkan untuk dilaksanakan bersama mitra adalah memberikan penyuluhan dan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok dalam melaksanakan kegiatan produksi yang inovatif serta penyuluhan/pelatihan terkait dengan *digital marketing*. Metode yang digunakan adalah ceramah, pelatihan/praktek, dan pendampingan.

Metode pendekatan yang dilakukan untuk memecahkan permasalahan Mitra dan rencana kegiatan yang dilakukan adalah penyuluhan dan pelatihan keterampilan terkait aspek produksi, aspek pemasaran, serta melakukan pendampingan. Untuk memberikan solusi terkait aspek produksi, sesuai dengan permasalahan yang mitra hadapi saat kegiatan dilaksanakan adalah bahwa mereka memiliki beberapa varian baru seperti pastel, kerupuk duri ikan, keripik kulit ikan, dan coconut fish yang ingin mendapatkan fasilitasi untuk menguji kandungan gizi supaya dapat menambah nilai jual dan kepercayaan konsumen atas produk-produk tersebut. Untuk keperluan tersebut, Tim PkM bekerjasama dengan Laboratorium Teknologi Pangan Fakultas Pertanian Unsoed. Selanjutnya dilakukan pendampingan.

Untuk memberikan solusi terkait aspek pemasaran, dilakukan proses internalisasi pengetahuan melalui penyuluhan mengenai pentingnya strategi pemasaran dan pemasaran yang strategis, *digital marketing*, serta melakukan pendampingan. Untuk keperluan tersebut, tim PkM bekerja sama dengan Laboratorium *Digital Marketing* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman. Pengenalan teknologi dalam aspek pemasaran ini, antara lain: strategi pemasaran yang efektif, tata cara melayani konsumen, tata cara memperkenalkan produk sehingga menarik minat konsumen, tata cara mempertahankan loyalitas konsumen, tata cara *packaging* yang menarik, *digital marketing*, tata cara mengambil foto produk, *layout* produk dan informasi, dan tata cara menggunakan media sosial sebagai media promosi.

Untuk mendukung keberlanjutan usaha dan terus memotivasi mitra, dilakukan monitoring dan pendampingan selama program PkM berlangsung. Bahkan akses konsultasi dapat terus disediakan walaupun program pengabdian ini sudah berakhir

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian di Kelompok Usaha Ummi Mandiri diawali dengan sosialisasi rencana kegiatan kepada 16 orang istri anggota Kelompok Pembudidaya Ikan (pokdakan) Mina Mandiri di Desa Panembangan Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas dan berlokasi di rumah produksi kelompok tersebut. Ketua Kelompok yaitu Ibu Kusniah. Sesuai dengan hasil survey pendahuluan dalam rangka menggali informasi terkait profil mitra dan permasalahan yang dihadapi, maka kegiatan difokuskan untuk memberikan solusi terkait dengan aspek produksi dan aspek pemasaran dalam rangka mengoptimalkan usaha yang saat ini sedang berjalan. Adapun hasil kegiatan yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

Aspek Produksi

Secara umum manajemen produksi merupakan suatu proses merencanakan, mengorganisasikan, memimpin, dan mengendalikan kegiatan fungsi produksi. Kegiatan ini lebih fokus pada masukan atau keluaran, dan hasil keluaran dari produk dalam bentuk produk jadi. Menggabungkan dan mengubah berbagai sumber daya yang digunakan dalam subsistem produksi organisasi menjadi nilai tambah produk secara terkendali sesuai dengan kebijakan organisasi (Suwondo, 2013)

Kegiatan yang sudah dilakukan terkait aspek produksi, yaitu: Tim PkM memberikan pengetahuan



Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers

"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"

17-18 Oktober 2023

Purwokerto

untuk memotivasi semangat kewirausahaan dilakukan penyuluhan tentang membangun jiwa kewirausahaan dan penyuluhan mengenai pentingnya menggali peluang bisnis untuk menciptakan inovasi baru. Selanjutnya dilakukan pendampingan sebagai sarana evaluasi pemahaman dan kemampuan mereka dalam mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang sudah diperolehnya.

Selanjutnya, untuk meningkatkan daya saing dan kepercayaan konsumen terdapat beberapa varian baru dari produk yang dihasilkan kelompok usaha "Ummi Mandiri". Penambahan varian baru ini merupakan salah satu wujud dari upaya diferensiasi produk yang akan menambah pilihan bagi konsumen. Diferensiasi adalah cara merancang perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaingnya. Strategi diferensiasi adalah suatu strategi yang dapat memelihara loyalitas pelanggan dimana dengan menggunakan strategi diferensiasi, pelanggan mendapat nilai lebih dibandingkan dengan produk lainnya (Kotler, 2007). Menurut Sahetapy (2013), diferensiasi produk adalah tindakan merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan tawaran perusahaan dengan tawaran pesaing. Menurut Rochmah (2014), diferensiasi produk adalah usaha untuk menghasilkan barang sejenis tapi dibedakan dalam bungkus, kualitas, merek, atau warna. Menurut Kartajaya (2010), diferensiasi adalah semua upaya yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan perbedaan diantara pesaing dengan tujuan memberikan nilai yang terbaik untuk konsumen. Menurut Kotler (2009), diferensiasi adalah cara merancang perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaingnya.

Untuk beberapa varian produk baru, mitra membutuhkan adanya tes kandungan gizi atas produk yang dihasilkannya. Pelaksanaan kegiatan tersebut dilakukan melalui kerja sama dengan Laboratorium Teknologi Pangan Fakultas Pertanian Unsoed. Hasil tes kandungan gizi untuk 4 produk yang merupakan varian baru, yaitu coconut fish, kripik kulit ikan, krupuk duri, dan pastel dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Tes Kandungan Gizi Produk

No	Jenis Sampel	Parameter Analisis		
		Lemak (%)	Protein (%)	Karbohidrat (%)
1	Coconut fish	35,98	10,34	47,67
2	Kripik kulit ikan	20,25	20,25	55,60
3	Krupuk duri	22,50	2,46	68,89
4	Pastel	27,74	20,98	44,37
	Metode	Soxhlet	Kjeldahl	By Different

Sumber: Laporan hasil analisis Lab Program Studi Teknologi Pangan Unsoed, 2023.

Dengan adanya informasi kandungan gizi dari produk yang dihasilkan yang dapat dimuat dalam



Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers

"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"

17-18 Oktober 2023

Purwokerto

kemasan, diharapkan dapat lebih menambah kepercayaan konsumen akan kualitas produk dan dapat berdampak kepada keinginannya untuk membeli produk tersebut.

Aspek Pemasaran Usaha

Kegiatan yang sudah dilakukan terkait manajemen pemasaran, yaitu: Tim PkM memberikan pengetahuan mengenai pentingnya strategi pemasaran dan pemasaran yang strategis serta penyuluhan terkait pentingnya diferensiasi produk. Selanjutnya akan dilakukan pendampingan sebagai sarana evaluasi pemahaman dan kemampuan mereka dalam mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang sudah diperolehnya.

Dalam pengenalan manajemen pemasaran ini diberikan pelatihan keterampilan untuk pemasaran produk, antara lain: cara menentukan biaya produksi dan harga jual produk, strategi mengembangkan jaringan pemasaran yang efektif, tata cara melayani konsumen, tata cara memperkenalkan produk sehingga menarik minat konsumen, tata cara mempertahankan loyalitas konsumen, tata cara membuat dan menggunakan akun digital marketing di marketplace sebagai salah satu media promosi pemasaran produk. Dalam pengenalan *Digital Marketing* ini, Tim PkM bekerja sama dengan Laboratorium *Digital Marketing* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman.

Berkembangnya Digital Marketing merupakan implementasi dari revolusi industri 4.0. Menurut Shwab (2016), revolusi industri 4.0, ditandai dengan pemanfaatan internet dalam berbagai kegiatan manusia sehingga internet ini menjadi sarana penting dalam menghubungkan manusia dan mesin sehingga dikatakan "*internet of thing*" dan ini terjadi mulai tahun 2010an. Daya jangkauan internet yang sangat luas, tidak terbatas oleh tempat, waktu, dan ruang, dapat menjadi salah satu sarana promosi dalam pemasaran produk secara lebih cepat dan lebih efisien. Kegiatan promosi dan pemasaran memerlukan biaya yang menjadi salah satu komponen pembentuk biaya produksi. Melalui pemanfaatan internet, kegiatan promosi dapat dilakukan dari tempat dimana kegiatan itu dilakukan, dan dapat dilakukan kapan pun. Kondisi seperti ini tentu saja akan berdampak pada berkurangnya biaya produksi yang timbul dari kegiatan promosi dan pemasaran produk tersebut.

Namun, ternyata untuk implementasi hasil pelatihan digital marketing, belum dapat dilakukan secara optimal karena adanya beberapa kendala, seperti: peralatan yang tersedia tidak support terhadap aplikasi *digital marketing* yang ditawarkan dan kendala sinyal internet. Walaupun demikian, mitra tetap merasakan manfaat dari diperolehnya pengetahuan tentang digital marketing, dan masih tetap diupayakan untuk dapat terwujud akun *digital marketing* kelompok UKM Umami Mandiri di *Marketplace*.

Untuk mendukung keberlanjutan usaha dan untuk terus memotivasi mereka, akan dilakukan monitoring dan pendampingan selama program Pengabdian kepada Masyarakat berlangsung. Bahkan akses konsultasi dapat terus disediakan walaupun program pengabdian ini sudah berakhir.

Disamping itu, Tim PkM juga memberikan masukan mengenai penempatan merk produk dalam kemasan dan cara mengemas produk yang lebih menarik. Tim PkM juga memberikan masukan mengenai pelayanan terhadap konsumen, seperti: saat menjanjikan selesainya pesanan sebaiknya dijanjikan selesai lebih lama tetapi pesanan selesai lebih cepat, tidak menjanjikan cepat tetapi selesainya lebih lama. Untuk meningkatkan promosi maka setiap pembeli diberikan kartu nama. Adapun berbagai kegiatan yang telah dilaksanakan, terdokumentasi dalam Gambar 1. Gambar 2, dan Gambar 3..



Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers

"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"

17-18 Oktober 2023

Purwokerto



Gambar 1. Berbagai Produk Kelompok Usaha "Umami Mandiri"





Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers

"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"

17-18 Oktober 2023

Purwokerto



Gambar 2. Kegiatan Penyuluhan Aspek Produksi dan Aspek Pemasaran



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan *Digital Marketing*



Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers

"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"

17-18 Oktober 2023

Purwokerto

Berdasarkan hasil diskusi selama proses pendampingan, monitoring, dan evaluasi, mitra merasakan manfaat positif dari kegiatan-kegiatan PkM yang dilakukan antara lain bahwa mereka dapat lebih memahami mengenai pentingnya inovasi produk serta pentingnya strategi dalam pemasaran produk. Selain itu juga mitra dapat memanfaatkan digital marketing untuk memasarkan produk mereka sehingga dapat memperluas pasar.

KESIMPULAN

Keberadaan UKM Ummi Mandiri menjadi peluang berkembangnya usaha pemanfaatan produk Ikan Lele yang banyak dikembangkan, tidak saja hanya sebagai kegiatan pembudidayaan Ikan Lele saja, tapi dapat diolah menjadi produk yang memberikan nilai tambah lebih tinggi. Karena kegiatan ini dilakukan oleh kelompok istri pembudidaya ikan lele, maka tentu saja hasil yang diperoleh dari usahanya dapat menambah pendapatan keluarga dan jika dapat berkembang lebih besar memiliki potensi untuk menciptakan kesempatan kerja.

Melalui kegiatan pengabdian, kelompok usaha Ummi Mandiri sudah lebih memahami pentingnya memiliki jiwa wirausaha dan pentingnya melakukan diferensiasi produk. Disamping itu, mereka juga sudah dapat melakukan diferensiasi produk dan menambahkan nilai tambah produk melalui informasi kandungan gizi produk yang dapat dimuat melengkapi kemasan produk. Kelompok usaha Ummi Mandiri juga mulai memahami strategi pemasaran yang efektif, dan memiliki pengetahuan dan cara membuat dan menggunakan digital marketing untuk pemasaran produk secara online.

Untuk mendapatkan dampak nyata dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, maka diperlukan upaya motivasi secara terus menerus melalui monitoring dan pendampingan. Untuk implementasi digital marketing secara optimal dan mendapatkan manfaat nyata dari strategi pemasaran online tersebut, maka perlu dukungan pihak yang berkompeten dalam penyediaan infrastruktur jaringan internet yang memadai.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Rektor dan Ketua LPPM Universitas Jenderal Soedirman yang telah memberikan dukungan pendanaan pada pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat skim Ipteks Dana BLU Unsoed tahun 2023.

DAFTAR PUSTAKA

- Hariadi, P, & Badriah, L.S. (2010). *Ekonomi Mikro I*. Yogyakarta : LembangManah.
- Kartajaya, H. (2010). *Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran I*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P and Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Madura, J. (2001). *Pengantar Bisnis (Introduction to Business)*. Buku 1. Terjemahan: Sayorini,



Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers

"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"

17-18 Oktober 2023

Purwokerto

WR.Salib. Jakarta : Salemba Empat.

Rochmah, S. (2014). *Pengaruh Diferensiasi Produk dan Potongan Tunai Terhadap Volume Penjualan Industri Kecil Konfeksi di Kecamatan Semarang Barat*. Jurnal STIE Semarang, Vol.6, No.2.

Sahetapy, J. (2013). *Diferensiasi produk, strategi merek, pengaruhnya terhadap keputusan pembelian meubel UD Sinar Sakti Manado*. Jurnal EMBA, Vol.1, No.3.

Schwab, K. (2016) *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum.

Suwondo, Chandra (2013). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta Barat: halaman Moeka Publishing