

Kegiatan_Pekan_Kuliner.pdf

by Siti Adlina Rahmiaty

Submission date: 05-Oct-2026 02:28PM (UTC+0700)

Submission ID: 3050998845

File name: Kegiatan_Pekan_Kuliner.pdf (675.54K)

Word count: 3467

Character count: 21896

4

KEGIATAN PEKAN KULINER DAN PROMOSI PRODUK BERBASIS DIGITAL UNTUK UMKM POKDARWIS MEDANG

Adestya Ayu Armielia¹, Oqke Prawira Triutama², Siti Adlina Rahmiaty³

^{1, 2, 3} Universitas Multimedia Nusantara

adestya.ayu@umn.ac.id, oqke.prawira@umn.ac.id, siti.rahmiaty@umn.ac.id

Abstrak

4

Kegiatan Pekan Kuliner dan Promosi Produk Berbasis Digital untuk UMKM Pokdarwis Medang bertujuan untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat di Kelurahan Medang, khususnya pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Melalui program ini, berbagai pelatihan seperti Service Quality, Strategi Pengembangan Bisnis, Pengendalian Biaya, serta penggunaan aplikasi Canva dilaksanakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, manajemen bisnis, dan pemasaran digital peserta UMKM. Selain itu, pengadaan peralatan pendukung seperti meja lipat, tong sampah, tenda bazaar, dan lampu dekorasi bertujuan meningkatkan efisiensi operasional dan estetika Pekan Kuliner. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan peserta UMKM hingga 90% dan kenaikan omzet penjualan hingga 200% setelah implementasi digital marketing. Kegiatan ini berkontribusi pada peningkatan daya saing dan perekonomian masyarakat Medang melalui kolaborasi antara Pokdarwis, UMKM, dan Universitas Multimedia Nusantara. Ke depan, diusulkan pendampingan berkelanjutan untuk mengoptimalkan dampak program serta pelatihan lanjutan yang lebih spesifik, seperti teknologi finansial dan inovasi produk kuliner.

Kata Kunci : Pekan Kuliner, UMKM, pemasaran, digitalisasi, pemberdayaan

PENDAHULUAN

Desa Medang adalah pemekaran dari Desa Bojongnangka bagian dari Kecamatan Legok yang dibentuk pada tahun 1983. Pada tahun 1999, Desa Medang memisahkan diri dari Kecamatan Legok berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 48 tahun 1999. Perubahan status dari Desa Medang menjadi Kelurahan Medang berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Tangerang Nomor 3 tahun 2005 karena beberapa alasan, diantaranya adalah bahwasanya sebagian besar penduduk desa Medang sudah tidak bermatapencaharian sebagai petani, pertumbuhan penduduk sangat pesat dan pola hidup masyarakatnya sudah mengarah pada pola hidup perkotaan, sifat budaya dan sosial masyarakat sudah sangat heterogen, fasilitas perkantoran sudah memenuhi persyaratan, bangunan kantor, aula kantor, dan balai warga sudah terpenuhi, fasilitas penunjang seperti puskesmas, pos polisi, masjid dan sarana infrastruktur lainnya sudah tersedia disekitar wilayah kelurahan Medang. Secara geografis, sebelah utara Kelurahan Medang adalah Kelurahan Curug Sangereng, sebelah selatan adalah Desa Cijantra, sebelah timur adalah Desa Cihuni, dan sebelah barat adalah Desa Bojongnangka. Luas Kelurahan Medang yakni 470.500 hektar dengan kondisi topografi adalah daratan datar. Penduduk Kelurahan Medang berjumlah sekitar 20ribu jiwa dengan sekitar 4300 kepala keluarga yang tinggal di area tersebut. Tingkat pendidikan masyarakat mayoritas adalah lulusan SMA dan akademi. Walaupun banyak penduduk yang bekerja baik secara formal dan nonformal di lembaga, instansi atau perkantoran, tapi banyak juga penduduk

yang memilih untuk berwirausaha (Kabupaten Tangerang, 2023). Hal ini dilihat dari banyaknya jumlah tempat usaha yang ada di sekitar Medang. Sayangnya karena area Medang sudah dikelilingi oleh developer perumahan besar dan pesaing bisnis kuliner yang memiliki modal besar, penduduk setempat tidak memiliki modal dan kemampuan untuk bersaing. Hal ini lah yang membuat kelurahan Medang membentuk unit khusus untuk membantu penduduk mengembangkan UMKM-nya.

Pokdarwis Medang adalah mitra kegiatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PkM) yang berlokasi di Kelurahan Medang, Kecamatan Pagedangan. Pokdarwis Medang adalah bagian dari kelurahan Medang yang mendukung kegiatan pemerintah daerah provinsi Banten untuk menyukseskan penataan destinasi wisata dan kunjungan melalui pemberdayaan masyarakat. Melalui SK Kelurahan Medang Nomor 556/Kep.63-KEL.MDN/2023, Pokdarwis Medang mendukung penyelenggaraan festival dan event pariwisata seperti festival kesenian dan kuliner di kelurahan Medang. Pokdarwis Medang ditugaskan untuk membina UMKM yang memiliki tujuan untuk menunjang aktivitas kepariwisataan sehingga dapat meningkatkan gerak perekonomian masyarakat setempat. Pokdarwis Medang mengelola Pekan UMKM yang berlokasi di Lapangan Parkir Kantor Kelurahan Medang setiap hari Sabtu dan Minggu. Dalam Pekan UMKM ini ada 23 peserta UMKM yang berdagang dengan berbagai variasi produk mulai dari produk makanan ringan, kue kering, roti, makanan tradisional, dan jajanan kekinian.

Pekan UMKM Medang dibentuk sebagai program pemberdayaan masyarakat kelurahan Medang yang memiliki usaha kecil menengah yang memiliki keterbatasan modal dan kemampuan yang cukup untuk bersaing dengan usaha kuliner lainnya di area Medang. Saat observasi dan diskusi awal, tim pengabdian melihat adanya beberapa kesenjangan yang harus dibenahi dalam operasional Pekan Kuliner, diantara di bidang SDM, Produksi, Keuangan, dan Pemasaran.

Di bidang SDM, Pokdarwis Medang hanya mengelola lahan dan kebutuhan peserta sehingga tidak bisa memberikan pelatihan mengenai pengelolaan bisnis kuliner yang tepat, padahal saat ini pengelolaan bisnis UMKM dari segi manajemen pelayanan, produksi, keuangan, dan pemasaran terutama berbasis teknologi sangat diperlukan.

Di bidang Produksi, UMKM yang ada belum memiliki peralatan memasak yang sesuai standar dan belum memiliki perlengkapan kebersihan yang memadai. Kebutuhan perlengkapan yang sesuai standar penggunaan untuk memproduksi makanan dan minuman dibutuhkan oleh peserta UMKM. Tidak hanya perlengkapan memasak, tetapi juga perlengkapan kebersihan untuk menjaga kualitas produk yang dibuat supaya bebas bakteri dan mencegah bahan rusak karena faktor eksternal.

Di bidang keuangan, diketahui jika peserta UMKM belum memiliki pengetahuan mengenai pengendalian biaya produk yang dijual. Untuk bisnis kuliner UMKM, pengetahuan pengendalian biaya berbasis digital sangat dibutuhkan supaya mitra dapat menghitung profit dengan lebih seksama untuk menentukan strategi kemajuan bisnis di masa depan.

Di bidang pemasaran, diketahui jika mitra UMKM belum mengoptimalkan media-media pemasaran digital, dan tidak memiliki konten yang menarik untuk dapat menarik minat pengunjung hadir ke pekan kuliner. Di lokasi Pekan UMKM Medang, media promosi masih sangat minim dan kosong sehingga tidak terlihat seperti area festival atau bazaar. Lampu dekorasi, meja dan kursi untuk pengunjung dapat duduk dan bersantai, umbul-umbul dan banner dapat juga menjadi salah satu solusi supaya area terlihat estetik selayaknya festival atau bazaar.

METODE

19

Metode Pelaksanaan pada kegiatan PKM digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Alur metode pelaksanaan kegiatan PKM dengan Pokdarwis Medang

Sesuai dengan alur di atas, tahapan pada metode pelaksanaan kegiatan PKM dilaksanakan ke dalam 8 (delapan) tahapan dengan uraian sebagai berikut:

1. Identifikasi masalah Mitra

Pada tahap ini, tim pengabdian mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi oleh mitra. Identifikasi masalah dilakukan supaya tim dapat memberikan solusi yang terukur baik dengan dana, waktu dan tenaga yang dibutuhkan. Dari aspek SDM, produksi, keuangan, dan pemasaran, ada 6 masalah utama yang dimiliki mitra, yakni:

- Mitra belum memiliki pengetahuan mendalam mengenai pengelolaan bisnis kuliner untuk skala UMKM (aspek SDM).
- Mitra belum memiliki dan tidak menggunakan peralatan memasak yang sesuai standar. (aspek Produksi)
- Mitra belum memiliki perlengkapan kebersihan yang memadai di sekitar lokasi Pekan UMKM. (aspek produksi)
- Peserta UMKM belum memiliki pengetahuan mengenai pengendalian biaya produk. (aspek keuangan)
- Mitra belum membuat video profil peserta UMKM untuk diunggah di sosial media. (aspek pemasaran)
- Mitra belum mengoptimalkan media promosi pada lokasi penyelenggaraan Pekan UMKM. (aspek pemasaran)

2. Analisis Situasi dan Kondisi Mitra

Beberapa hal yang dilakukan pada tahap analisa situasi dan kondisi mitra adalah:

- Melakukan survey ke lapangan.

Pada saat survey lapangan, tim melakukan observasi lokasi dan diskusi dengan Pokdarwis. Saat ini juga, tim mengajukan kerjasama dan kolaborasi dengan mitra untuk kegiatan pengabdian.



Gambar 2. Survey lapangan dan diskusi

- Melakukan pengumpulan data dan klasifikasi permasalahan mitra

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan diskusi. Tim pengabdian mendata jumlah peserta UMKM Pokdarwis Medang beserta dengan jenis produk kulinernya dan kebutuhan apa saja yang dibutuhkan oleh peserta tersebut. Berikut adalah data yang didapat:

Tabel 1. Peserta UMKM Pokdarwis Medang

No	Peserta UMKM	Nama Usaha	Jenis produk pokok (utama)
1.	Rafika Dani	Lumang Bumbu Kebanara Arika	Makanan ringan: kerupuk
2.	Dyan	Kedai Zee	Jus, Dagingan
3.	Maidanah	Sushi Icha	Sushi, Kerupuk
4.	Suryadi Kurniawan	Moosa Mountain	Mado, Kopi
5.	Erlinda Dewi	Taluan Damaran	Damaran, Suro Kacang Kedelai, Fried Foodan, Kebab
6.	Sari Apriani	Kedai Man	Makanan ringan: roti, jus
7.	Anisa	Nasi Uduk Warung Ceyana	Nasi, sate
8.	Yusufda	Harmon	Nasi, rames
9.	Sriyati	SDS	Kue kering, roti
10.	Karna	Pempek Tekwan Marna Silas	Pempek, telisan
11.	Sitoragito	Gudek Jaga Pak Su	Gudek
12.	Kherrillah	Tekapan	Kue, roti
13.	Nasung Emodah	Mie Ayam GB	Mie ayam
14.	Indu Munir	Rasa Lantana	Kopat, Tahu Bandutan
15.	Toban	Soto Lantangan	Soto lantangan
16.	Lebi Lela Sari	Fasna	Nasi rames
17.	Yulietiana	Mak Yulis Janses	Aneka makanan
18.	Aurelia Wahyuni	Dapur Bonda Aurelia	Nasi rames
19.	Nurida	Kebab Turki Huan	Kebab
20.	Rana Widiyati	Dapur Tampang	Bakso
21.	Ani Ambarsari	L-ARTO	Makanan ringan, kerupuk
22.	Tata	Cibik Kawara	Cibik, rotih
23.	Zakariasius	Medelan	Damaran, kerupuk kudu

- c) Berdiskusi dengan mitra untuk jadwal pelatihan Service Quality, Strategi Pengembangan Bisnis, Pengendalian Biaya, penggunaan Canva, dan penerapan IPTEK.

Setelah mitra Pokdarwis Medang setuju untuk berkolaborasi dengan tim PKM, penjadwalan pelatihan segera dibuat. Penjadwalan pelatihan dibagi menjadi beberapa sesi oleh beberapa narasumber ahli sehingga dapat membantu mitra dalam mengembangkan kegiatannya demi mencapai tujuan.

Penjadwalan untuk kegiatan shooting untuk video profil, penyerahan perlengkapan penerapan IPTEK untuk produksi, pengelolaan keuangan, dan pemasaran juga dibuat.



Gambar 3. Proses diskusi jadwal

- d) Pelaksanaan kegiatan Pelatihan dan Penerapan IPTEK

Setelah jadwal pelatihan dan penerapan IPTEK diperoleh dari mitra, pelaksanaan kegiatan pelatihan disetujui untuk diadakan pada tanggal 6 Juni – 22 Juni, lalu kegiatan penerapan IPTEK disetujui untuk diadakan pada tanggal 14 Juli 2024.

- e) Pengadaan peralatan pendukung

- f) Monitoring kegiatan Pekan Kuliner

Monitoring kegiatan Pekan Kuliner dilakukan satu bulan sekali oleh Tim ke Kelurahan Medang saat kegiatan berlangsung.

- g) Evaluasi kegiatan Pekan Kuliner

Evaluasi kegiatan pelatihan dan penerapan IPTEK dilakukan setelah kegiatan terlaksana melalui survey. Sedangkan evaluasi hasil monitoring pekan kuliner dilakukan setelah proses monitoring selesai dan didiskusikan langsung dengan tim Pokdarwis Medang untuk tindak lanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM terdiri dari beberapa pelatihan, diantaranya adalah:

a) Pelatihan Service Quality

Pelatihan Service Quality dibawakan oleh Ibu Adestya Ayu Armielia, S.ST.M.Si.Par. CHE. Dalam pelatihan ini, peserta diberikan pemahaman bahwa Service Quality atau kualitas pelayanan adalah hal terpenting yang menentukan apakah perusahaan bisa berkembang atau tidak karena dengan pelayanan yang baik, tentu semakin mudah menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang lama (Fatimah & Tyas, 2022). Kualitas pelayanan merupakan pencapaian untuk menjawab semua kebutuhan pelanggan.



Gambar 5. Pelatihan oleh Ibu Adestya Ayu Armielia, S.ST.M.Si.Par. CHE.

Dengan memberikan pelayanan terbaik pada pelanggan, diharapkan dapat menarik perhatiannya sehingga mau membeli produk yang ditawarkan tersebut (Ali, et.al., 2021). Apabila suatu toko mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik, pelanggan pastinya merasa amat senang. Jika sudah senang, reputasi toko akan otomatis meningkat. Jika reputasi sebuah toko meningkat, maka selanjutnya akan mempermudah promosi penjualan yang dapat meningkatkan pembelian produk oleh konsumen (Helmi & Setyadi, 2022). Pelatihan service quality diberikan supaya mitra dapat langsung melihat dampak dari proses penjualan yang mengutamakan kualitas pelayanannya (Putri & Nilowardono, 2021).

b) Pelatihan Strategi Pengembangan Bisnis

Pelatihan Strategi Pengembangan Bisnis dibawakan oleh Bapak Oqke Prawira Triutama, S.ST.M.Si.Par. CHE. Strategi pengembangan bisnis merupakan sebuah proses yang digunakan untuk memelihara, mengidentifikasi, serta daya upaya untuk memperoleh klien baru serta meningkatkan peluang bisnis untuk mencapai profitabilitas (Farida & Setiawan, 2022).



Gambar 6. Pelatihan oleh Bapak Oqke Prawira Triutama, S.ST.M.Si.Par. CHE.

Strategi pengembangan bisnis adalah proses menyelaraskan praktik pengembangan bisnis dengan tujuan strategis organisasi, dalam hal ini khususnya tujuan strategis mitra Pokdarwis Medang. Fokusnya adalah untuk meningkatkan penjualan pada kegiatan Pekan UMKM dan menemukan cara inovatif untuk mendapatkan pelanggan dengan strategi yang efektif dan efisien. Dalam pelatihan strategi pengembangan bisnis, mitra tidak hanya akan diminta untuk menargetkan penjualan di Pekan UMKM namun juga melibatkan aspek lain seperti sumber daya manusia untuk membuat operasional bisnis yang lebih efisien. Selain itu mitra juga harus terus berinovasi mengembangkan produk unggulan, memperluas jaringan pemasaran, baik langsung dan digital (Putri, 2022).

c) Pelatihan Pengendalian Biaya

⁶ Pelatihan Pengendalian Biaya dibawakan oleh Ibu Adestya Ayu Armielia, S.ST.M.Si.Par. CHE. Pengendalian biaya adalah faktor penting dalam menjaga dan meningkatkan profitabilitas sebuah perusahaan. Ketika menjalankan pengendalian biaya, sebuah usaha akan membandingkan kondisi keuangan aktualnya dengan ekspektasi anggaran yang dibuat (Tirtayani, et al., 2023).



² Gambar 7. Pelatihan oleh Ibu Adestya Ayu

Dalam menjalankan bisnis, suatu usaha tidak hanya memikirkan bagaimana strategi bisnis serta pemasarannya tetapi juga harus memikirkan bagaimana cara mengelola dan mengendalikan biaya-biaya operasional. Jika suatu usaha mengalami kebocoran dana yang kecil, maka usaha tersebut dalam kondisi kurang sehat walaupun dari sisi pendapatan terus meningkat (Acintya, 2020). Pengendalian biaya ini pada bisnis UMKM seharusnya menjadi lebih umum digunakan walaupun dengan metode sederhana untuk menjamin keuntungan dan keberlangsungan hidup UMKM (Kaharti, 2023). Dalam hal ini tim pengabdian memberikan pelatihan pengendalian biaya supaya mitra dapat menghindari kebocoran dana tersebut dengan melakukan standarisasi resep yang dilanjutkan dengan pengendalian biaya lainnya (Armielia, et al., 2023). Pada tahap ini, narasumber melatih peserta untuk melakukan pencatatan keuangan dengan menggunakan berbagai aplikasi pengelolaan keuangan yang ada di internet baik secara online atau offline. Pada awalnya, tim memperkenalkan pencatatan keuangan dengan Microsoft excel terlebih dahulu sebelum ke platform lainnya.

d) Pelatihan Penggunaan Canva

⁵ Pelatihan penggunaan aplikasi Canva dibawakan oleh Ibu Siti Adlina Rahmiaty, M.Ds. Canva adalah aplikasi desain grafis online yang memungkinkan pengguna untuk membuat desain secara profesional, walaupun tanpa pengalaman desain (Sunarto & Setiadi, 2023).



⁵ Gambar 8. Pelatihan dari Ibu Siti Adlina

Dengan menggunakan aplikasi Canva, pengguna dapat membuat desain untuk poster, pamflet, dan postingan media sosial dengan tampilan profesional. Walaupun mudah untuk digunakan oleh semua lapisan masyarakat, pelatihan untuk menggunakan aplikasi ini tetap dibutuhkan supaya secara pemilihan warna, ¹⁷ font, dan font tulisan tetap sesuai dan dapat menarik konsumen (Pramesti & Ubaidillah, 2023). Canva dapat diakses baik melalui perangkat mobile maupun desktop sehingga dalam pelatihan ini mitra dapat menggunakan berbagai perangkat yang mereka miliki.



Gambar 9. Fotografi dan plating makanan untuk konten sosial media

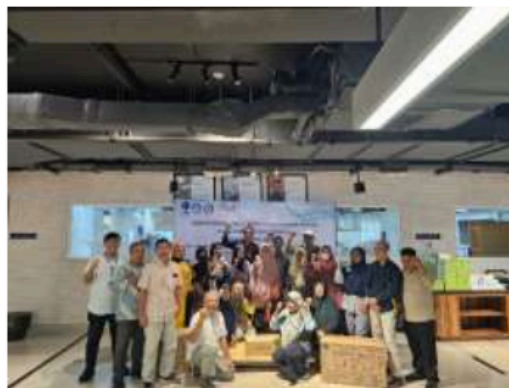
Pada tahap ini, tim pengabdian membuat beberapa contoh konten sosial media dengan Canva, mengajarkan teknik foto, dan plating untuk fotografi makanan, tapi untuk selanjutnya setelah pelatihan dilakukan, setiap peserta UMKM akan memperlihatkan hasil dari kreasi desainnya untuk masing-masing akun sosial media terkait (Kelurahan Medang, Pokdarwis Medang, dan masing-masing akun usaha).

Selain itu, tim juga membuat video profil pekan UMKM dan beberapa profil foto produk peserta UMKM, tapi untuk selanjutnya, setiap peserta UMKM diharapkan dapat membuat video kreasinya yang akan diunggah di akun sosial media terkait.

Untuk memastikan bahwa ketersediaan perlengkapan operasional dan promosi Pekan Kuliner terpenuhi, berikut adalah beberapa barang yang dihibahkan kepada Pokdarwis Medang.

1. 20 Bendera umbul umbul dan tiang bambu
2. Benang kasur dan tali rapia
3. 15 Poster kebersihan
4. Buku referensi Pengembangan Strategi Bisnis Kuliner
5. Akun Canva
6. 20 Meja Lipat 120 x 80
7. 10 Tong sampah 20 liter
8. 6 Tempat sampah 240 liter
9. 10 tenda bazaar
10. Lampu neon LED putih
11. Paket kabel lampu café 10 meter dan lampu
12. Kipas angin

Pembelian dan pengadaan peralatan pendukung dilakukan secara bertahap. Secara simbolis, penyerahan peralatan pendukung dilaksanakan di tanggal 7 Juni 2024, dan kemudian diserahkan ke mitra di tanggal 12 Juli 2024.



Gambar 10. Penyerahan barang secara simbolis



Gambar 11. Proses pengiriman dan penyerahan barang di kantor kelurahan Medang

Ketercapaian target dan kepuasan pada mitra dimonitor dan dievaluasi melalui survey dan observasi lapangan. Melalui hasil survey, diketahui bahwa peningkatan pengetahuan Service Quality meningkat sebesar 93%, peningkatan pengetahuan mengenai strategi pengembangan bisnis 90%, peningkatan pengetahuan mengenai pengendalian biaya meningkat 87%, dan peningkatan pengetahuan dan keterampilan menggunakan Canva sebanyak 90%.

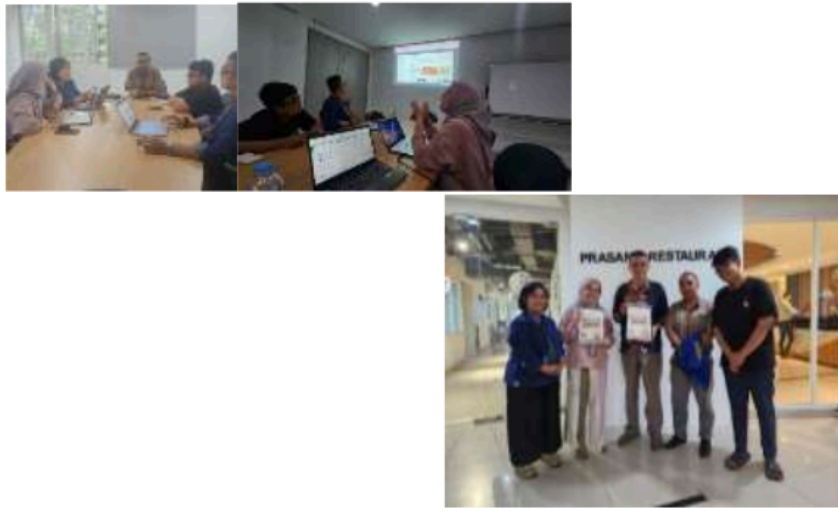
Setelah pelatihan dan pengadaan perlengkapan terlaksana, tim melakukan monitoring ke Pekan Kuliner yang diadakan pada tanggal 13 Juli 2024.

Pekan Kuli¹³ ini dilaksanakan oleh 23 peserta UMKM yang menjual berbagai makanan dan minuman. Para pelanggan terdiri dari para orang tua dan anak-anak yang sedang mengikuti kegiatan lomba mewarnai dari kelurahan. Adapun kegiatan Pekan Kuliner ini juga didukung oleh berbagai kegiatan kemasyarakatan yang diadakan oleh Kelurahan Medang, seperti berbagai lomba, khitanan massal, dan senam.



Gambar 12. Kegiatan Pekan Kuliner

Setelah pekan kuliner kolaborasi dengan UMN pertama dibuat, tim Pengabdian melakukan evaluasi dan tetap menjalankan pembinaan pembuatan konten digital marketing melalui Canva dan juga sosialisasi buku referensi yang telah dibuat.



Gambar 13. Sosialisasi Buku Referensi dan Pendampingan Pencatatan Keuangan dan Pembuatan konten Digital pada tim digital Pokdarwis Medang



Gambar 14. Hasil layout Instagram dari pelatihan Canva

Dalam evaluasi akhir setelah sosialisasi buku referensi dan pelatihan Canva, pemahaman peserta UMKM meningkat dengan rata-rata 85%. Sebanyak 90% bisnis UMKM yang mengimplementasi kegiatan pelatihan juga berhasil meningkatkan omzet penjualan produk hingga 200% setiap minggunya.

KESIMPULAN ⁴

Kegiatan PKM Pekan Kuliner dan Promosi Produk Berbasis Digital untuk UMKM Pokdarwis Medang memberikan dampak signifikan terhadap pemberdayaan masyarakat, khususnya pelaku UMKM di Kelurahan Medang. Pelatihan seperti Service Quality, Strategi Pengembangan Bisnis, Pengendalian Biaya, dan penggunaan Canva berhasil meningkatkan pemahaman peserta UMKM mengenai kualitas pelayanan, manajemen bisnis, serta pemasaran digital dengan Tingkat pemahaman peserta meningkat secara signifikan, dengan rata-rata peningkatan pengetahuan di atas 85% serta pendapatan di atas 200% setelah mereka mengimplementasikan digital marketing dan kolaborasi kerjasama kemitraan. Penyediaan peralatan fisik (meja lipat, tong sampah, lampu) meningkatkan efisiensi operasional dan kenyamanan selama pelaksanaan Pekan UMKM. Peralatan kebersihan dan poster edukasi membantu meningkatkan standar kebersihan dan estetika produk. Penggunaan Canva dan pelatihan fotografi serta plating makanan memberikan nilai tambah pada pemasaran digital peserta UMKM. Konten media sosial menjadi lebih menarik, meningkatkan daya tarik Pekan UMKM sebagai destinasi wisata kuliner. Peserta UMKM memperoleh peluang untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jaringan

bisnis, sehingga berkontribusi pada peningkatan perekonomian masyarakat Medang. Pokdarwis Medang kini memiliki buku referensi dan pelatihan lanjutan untuk membina UMKM secara mandiri.

Tim pengabdian menyarankan untuk dilaksanakannya program pendampingan dan monitoring secara berkala untuk memastikan implementasi yang berkesinambungan dari tim Pokdarwis Medang untuk para peserta UMKM. Selain itu karena tim Pokdarwis Medang telah mendapatkan banyak pendampingan dari segi bisnis dan teknologi, ada baiknya pelatihan lanjutan dapat dilakukan pelatihan yang lebih spesifik, seperti penggunaan teknologi finansial dan inovasi produk kuliner. Dengan penambahan jumlah peralatan seperti tenda, meja, dan peralatan memasak standar, tim Pokdarwis juga diharapkan untuk dapat mengajak lebih banyak peserta UMKM yang berkolaborasi

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan PKM ini dilaksanakan oleh dosen Program Studi Perhotelan dan Program Studi Film Universitas Multimedia Nusantara dan dibantu oleh siswa-siswi Prodi terkait. Kegiatan ini secara penuh didanai oleh Direktorat Akademik Pendidikan Tinggi Vokasi (DAPTV) KEMDIKBUDRISTEK RI. Tahun 2024.

REFERENSI

Acintya, A. (2020). Do Micro Small Medium Enterprises (MSMES) Need Modern Management Accounting Techniques? An Indonesian Perspective. *Journal of Indonesian Economy and Business*. Volume 35, No. 1. ISSN 2085-8272 (print), ISSN 2338-5847 (online)

Ali, B.J., et al. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(3), 14–28, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3851330>

Armielia, AA, et al. (2023). Socialization of Standard Calculation of Recipes and Financial Recording of MSMEs Dodol Tenjo Bogor. *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat Abdi Dosen*. 7(3), 975-983.

Farida, I., Setiawan, D. (2022). Business Strategies and Competitive Advantage: The Role of Performance and Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, Volume 8, Issue 3. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030163>

Fatimah, F., Tyas, W.M. (2022). Service Quality Strategy Based On Sustainable Marketing To Increase Consumer Loyalty To Msmes In Rural. *International Social Sciences and Humanities Vol. 1 No.2. Proceeding of the 2nd International Conference on Rural Development*. DOI: <https://doi.org/10.32528/iss.v1i2.187>

Helmi, S., Setyadi, B. (2022). Mediation Role of Brand Image and Brand Quality on the Effect of Sales Promotion on Purchase Decisions: Study of Indonesian MSMEs. *Central European Management Journal Vol. 30 Iss.4*. ISSN:2336-2693 | E-ISSN:2336-4890.

Kabupaten Tangerang. (2023). Profil Kelurahan. Retrieved from: <https://medang.tangerangkab.go.id/profil-konten/919>

Kahardi, E. (2023). Management Accounting Practice and Performance on MSMEs in Indonesia. *Journal Of Business, Finance, and Economics (JBFE)*. Vol. 4 No. 1. <https://doi.org/10.32585/jbfe.v4i1.3975>

Pramesti, S.S.A., Ubaidillah, M. (2023). Pendampingan UMKM melalui pengembangan identitas usaha dalam meningkatkan keterampilan menggunakan aplikasi Canva. *Penamas: Journal of Community Service*. Vol. 3, No.

2. <https://doi.org/10.53088/penamas.v3i2.691>

Putri, E.P. (2022). Penyuluhan Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Desa Minggirsari, Kecamatan Kaniogoro, Kabupaten Blitar, Provinsi Jawa Timur. PSHPM: Prosiding Seminar Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat, Vol. 1 No. 1 (2022): Agustus 2022. <https://doi.org/10.30996/scfp.v1i1.740>

Putri, S.S.F.G., Nilowardono, S. (2021). The Influence of Brand Image, Service Quality, and Social Media Marketing on Purchase Decision at Restaurant Navy Seals Surabaya. Quantitative Economics and Management Studies Vol. 2., No. 4. <https://doi.org/10.35877/454RI.qems322>

Sunarto, S.T., Setiadi, P.B. (2023). Utilizing Canva Application Training to Improve Skills and Product Sales in Micro Small Medium Enterprises (MSMEs) East Java. Ilomata International Journal of Management. Vol 4. No. 1. <https://doi.org/10.52728/ijjm.v4i1.633>

Tirtayani, IGA., et al., (2023). Pendampingan Manajemen Keuangan Sederhana bagi UMKM di Desa Batuan. Jurnal Pengabdian Mandiri, 2(12), 2429–2434. Retrieved from <https://www.bajangjournal.com/index.php/JPM/article/view/7086>

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	jurnalpariwisata.iptrisakti.ac.id	Internet Source	1%
2	repository.upp.ac.id	Internet Source	1%
3	kledo.com	Internet Source	1%
4	film.umn.ac.id	Internet Source	1%
5	ejournal.nusantaraglobal.ac.id	Internet Source	1%
6	ris.umn.ac.id	Internet Source	1%
7	onlinelearning.binus.ac.id	Internet Source	1%
8	www.shell.co.id	Internet Source	1%
9	Submitted to Universitas Ibn Khaldun	Student Paper	<1%
10	Submitted to Universitas Muhammadiyah Ponorogo	Student Paper	<1%
11	Sunarti Sunarti, Dewi Ayu Nur Wulandari, Taat Kuspriyono, Alsa Diva Salvana et al. "PELATIHAN WEBSITE E-COMMERCE UNTUK PENINGKATAN PENDAPATAN BUDIDAYA AGLONEMA PADA HEND'Z FLORIST AGLONEMA SAWANGAN DEPOK", Jurnal Terapan Abdimas, 2022	Publication	<1%
12	fkip.umk.ac.id	Internet Source	<1%
13	archive.org	Internet Source	<1%
14	journal.umuslim.ac.id		

Internet Source

<1 %

15 rindanwijaya.wordpress.com

Internet Source

<1 %

16 text-id.123dok.com

Internet Source

<1 %

17 www.download-lagu.id

Internet Source

<1 %

18 berdiklat.com

Internet Source

<1 %

19 journal.unuha.ac.id

Internet Source

<1 %

20 rama.mdp.ac.id:84

Internet Source

<1 %

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 7 words

Exclude bibliography

On