

Sosialisasi Produksi dan Pemasaran Digital dalam Pengembangan UMKM Es Teler Sultan Bandung

Armansyah M. Sarusu¹, Jajang Suherman², Mutiara Ramadhani Latif³,
Latifah Wulandari Binti Asbaruna⁴, Hasti Pramesti Kusnara⁵

¹⁻⁵Bisnis Digital, Universitas Ma'soem, Indonesia

Penulis Korespondensi:

Armansyah M. Sarusu

armandsrs9@gmail.com

Abstrak

UMKM Es Teler Sultan adalah sebuah bisnis kuliner yang berkembang di Kota Bandung, Indonesia, yang dikenal dengan es teler tradisionalnya yang terbuat dari buah-buahan tropis, santan, dan sirup. Di era digital, usaha kecil dan menengah (UKM) seperti Es Teler Sultan harus beradaptasi dengan kemajuan teknologi dengan meningkatkan efisiensi produksi dan memanfaatkan pemasaran digital untuk tetap kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja produksi dan jangkauan pasar melalui strategi pemasaran digital berbasis media sosial. Dengan menggunakan metode Participatory Action Research (PAR) dalam kerangka Program Kemitraan Masyarakat (PKM), penelitian ini melibatkan pelatihan, pendampingan, dan bantuan dalam manajemen produksi dan pemasaran. Hasilnya menunjukkan peningkatan kapasitas produksi sebesar 25% dan peningkatan jangkauan konsumen sebesar 40% setelah menerapkan pemasaran digital melalui Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business. Penelitian ini menyoroti bagaimana transformasi digital secara efektif meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UKM lokal di sektor kuliner.

Keywords: *produksi, pemasaran, digital marketing, Es Teler Sultan*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis modern. Transformasi digital yang terjadi di berbagai sektor mendorong para pelaku usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), untuk beradaptasi agar tetap kompetitif. Kehadiran internet dan media sosial telah mengubah cara produsen memasarkan produk, berinteraksi dengan pelanggan, serta mengelola operasional usaha. Dalam konteks ini, UMKM menjadi sektor strategis karena mampu menopang perekonomian nasional, menyerap tenaga kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di berbagai daerah.

Kota Bandung dikenal sebagai salah satu pusat pertumbuhan UMKM kuliner di Indonesia. Keanekaragaman produk dan kreativitas masyarakatnya menjadikan Bandung sebagai kota dengan potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif. Salah satu pelaku usaha yang berkembang di bidang kuliner adalah UMKM Es Teler Sultan, yang memproduksi minuman es teler khas nusantara. Produk ini banyak diminati masyarakat karena cita rasanya yang segar dan harganya yang terjangkau. Namun, di tengah meningkatnya persaingan industri kuliner, UMKM ini masih menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaan produksi dan pemasaran.



Diterbitkan oleh :

Perkumpulan Dosen Muslim Indonesia
Sulawesi Selatan

<https://dmi-journals.org/jai/>

Permasalahan utama yang dihadapi UMKM Es Teler Sultan terletak pada dua aspek penting, yaitu produksi dan pemasaran. Dari sisi produksi, kegiatan masih dilakukan secara manual dengan kapasitas terbatas dan belum memiliki sistem manajemen bahan baku yang efisien. Proses pencatatan stok, waktu produksi, hingga pengemasan masih dilakukan secara sederhana tanpa prosedur standar. Kondisi ini menyebabkan produktivitas dan konsistensi kualitas produk belum optimal. Di sisi lain, dari aspek pemasaran, promosi yang dilakukan masih mengandalkan cara tradisional melalui pelanggan tetap dan rekomendasi mulut ke mulut, sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas.

Padahal, di era digital saat ini, strategi pemasaran melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business telah terbukti mampu meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jaringan pelanggan. Melalui konten visual yang menarik dan interaktif, pelaku UMKM dapat membangun identitas merek (brand awareness) dan meningkatkan loyalitas konsumen. Pemanfaatan media sosial juga memberikan keunggulan dalam hal biaya promosi yang lebih rendah, jangkauan yang lebih luas, serta kemampuan mengukur efektivitas kampanye pemasaran secara real time.

Oleh karena itu, diperlukan upaya sistematis untuk membantu UMKM Es Teler Sultan dalam mengoptimalkan dua aspek penting tersebut, yakni peningkatan kapasitas produksi dan transformasi pemasaran digital. Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dirancang untuk memberikan pendampingan dan pelatihan kepada mitra agar mampu meningkatkan efisiensi produksi, memperbaiki manajemen operasional, serta memanfaatkan teknologi digital dalam strategi pemasaran. Melalui pendekatan partisipatif, kegiatan ini melibatkan pemilik usaha secara langsung dalam setiap tahapan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi.

Dengan demikian, kegiatan PKM ini diharapkan dapat memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kinerja usaha UMKM Es Teler Sultan di Bandung. Optimalisasi produksi akan meningkatkan kapasitas dan kualitas produk, sementara penerapan pemasaran digital akan memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Secara lebih luas, kegiatan ini diharapkan menjadi model pemberdayaan UMKM kuliner lainnya dalam menghadapi tantangan era digital, serta mendukung program pemerintah dalam mendorong digitalisasi UMKM menuju ekonomi yang lebih inklusif dan berdaya saing.

Metode

Metode kegiatan dalam program ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR), yaitu suatu metode penelitian dan pengabdian yang menekankan partisipasi aktif subjek kegiatan dalam setiap tahapan proses. Pendekatan PAR dipilih karena mampu mendorong keterlibatan langsung para pelaku UMKM Es Teler Sultan sebagai mitra utama, sehingga solusi yang dihasilkan bersifat kontekstual, aplikatif, dan berkelanjutan. Melalui metode ini, pelaku UMKM tidak hanya menjadi objek kegiatan, tetapi juga berperan sebagai subjek yang turut mengidentifikasi permasalahan, merumuskan solusi, serta mengevaluasi hasil kegiatan. Tahapan pertama adalah tahap perencanaan, yang diawali dengan observasi lapangan dan diskusi awal bersama para pelaku UMKM Es Teler Sultan. Pada tahap ini dilakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi, seperti aspek produksi, higienitas, kualitas produk, pengemasan, hingga strategi pemasaran. Selain itu, tim pelaksana bersama mitra menyusun rencana kegiatan, menentukan tujuan, materi sosialisasi dan pelatihan, serta menyiapkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan. Keterlibatan mitra dalam tahap perencanaan bertujuan agar program yang dirancang sesuai dengan kebutuhan nyata di lapangan. Tahapan kedua

adalah tahap pelaksanaan, yang dilakukan melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan secara langsung. Pada tahap ini, tim pelaksana menyampaikan materi terkait peningkatan kualitas produk, penerapan standar kebersihan dan sanitasi, inovasi penyajian, serta pengelolaan usaha UMKM. Pelaku UMKM Es Teler Sultan dilibatkan secara aktif dalam praktik langsung, diskusi, dan tanya jawab, sehingga terjadi proses pembelajaran dua arah. Pendekatan partisipatif ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman, keterampilan, serta kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya peningkatan kualitas usaha.

Hasil dan Pembahasan

Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan merupakan langkah awal yang sangat penting dalam pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini. Perencanaan dilakukan secara komprehensif untuk memastikan bahwa setiap kegiatan yang dirancang sesuai dengan kebutuhan mitra dan mampu memberikan hasil yang optimal. Tahapan perencanaan ini meliputi beberapa aspek, yaitu analisis situasi, perumusan tujuan, penyusunan strategi kegiatan, serta penetapan indikator keberhasilan. Analisis Situasi dan Identifikasi Kebutuhan Mitra Tahapan pertama dilakukan melalui observasi langsung ke lokasi UMKM Es Teler Sultan yang berlokasi di Kota Bandung. Tim pelaksana melakukan wawancara dengan pemilik usaha untuk mengidentifikasi kondisi awal meliputi proses produksi, manajemen bahan baku, sistem pencatatan keuangan, serta metode promosi yang selama ini digunakan. Dari hasil identifikasi, ditemukan beberapa permasalahan utama, antara lain: Kapasitas produksi yang terbatas (60 porsi/hari) akibat keterbatasan peralatan. Tidak adanya standar operasional produksi (SOP). Strategi promosi masih bersifat konvensional, belum memanfaatkan media sosial secara efektif. Temuan ini menjadi dasar dalam merancang kegiatan yang relevan dan tepat sasaran.

Perumusan Tujuan Kegiatan berdasarkan hasil analisis kebutuhan, tim pelaksana PKM menetapkan beberapa tujuan spesifik kegiatan, yaitu: Meningkatkan efisiensi dan kapasitas produksi melalui pelatihan manajemen produksi dan penataan layout dapur. Meningkatkan kemampuan promosi digital melalui pelatihan penggunaan media sosial bisnis (Instagram, TikTok, WhatsApp Business). Mengembangkan sistem dokumentasi dan pencatatan sederhana berbasis digital untuk mendukung kegiatan operasional. Tujuan ini disusun agar capaian kegiatan dapat diukur secara objektif dan menghasilkan dampak berkelanjutan bagi mitra.

Penyusunan Strategi dan Rencana Kegiatan Tahap berikutnya adalah penyusunan strategi implementasi kegiatan yang terdiri dari beberapa rencana aksi, yaitu: Pelatihan Produksi Efisien: memberikan pelatihan tentang manajemen bahan baku, teknik pengemasan higienis, dan penataan tempat produksi agar efisien. Pendampingan Digital Marketing: meliputi pembuatan akun bisnis, pelatihan desain konten, teknik fotografi produk, serta penggunaan fitur promosi berbayar (ads). Pembuatan SOP Produksi dan Panduan Konten Digital: untuk menjamin konsistensi mutu produk dan kesinambungan promosi. Evaluasi Berkala: dilakukan setiap dua minggu untuk memantau progres dan memberikan umpan balik terhadap pelaksanaan kegiatan.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) pada UMKM Es Teler Sultan di Bandung dilaksanakan secara bertahap dan terencana, dengan melibatkan tim pelaksana, pemilik usaha, serta karyawan yang terlibat langsung dalam kegiatan produksi dan pemasaran. Pelaksanaan kegiatan ini menggunakan pendekatan partisipatif (Participatory Action Research/PAR), di mana mitra berperan aktif dalam setiap proses kegiatan mulai dari perencanaan, implementasi, hingga evaluasi.

Tahap pertama dimulai dengan kegiatan persiapan dan koordinasi awal. Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan kunjungan lapangan ke lokasi usaha Es Teler Sultan yang berlokasi di Bandung. Kegiatan diawali dengan pertemuan bersama pemilik usaha untuk melakukan sosialisasi program PKM, penjelasan tujuan dan manfaat kegiatan, serta pembagian tanggung jawab antara tim pelaksana dan mitra. Dalam kesempatan ini, juga dilakukan identifikasi ulang terhadap permasalahan utama yang dihadapi mitra, khususnya terkait proses produksi yang belum efisien dan strategi pemasaran yang masih akan ditingkatkan. Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa kapasitas produksi masih terbatas dan belum ada sistem promosi berbasis digital, dari hasil analisis tersebut, disusun jadwal kegiatan serta daftar kebutuhan peralatan dan bahan yang akan digunakan selama pelaksanaan program.

Tahap kedua adalah pelatihan dan pendampingan optimalisasi produksi. Kegiatan ini difokuskan pada peningkatan efisiensi proses produksi dan pengendalian kualitas produk. Pelatihan dilakukan secara langsung di tempat usaha dengan metode demonstrasi dan praktik. Tim memberikan pendampingan terkait teknik pengolahan bahan baku yang higienis dan konsisten, pengaturan proporsi bahan agar cita rasa tetap seragam, serta cara pengemasan yang menarik dan tahan lama. Selain itu, dilakukan pula penataan ulang tata letak area dapur agar alur kerja lebih efisien dan mudah dikontrol. Tim juga membantu penyusunan Standard Operating Procedure (SOP) untuk seluruh proses produksi, mulai dari tahap persiapan bahan, proses pencampuran, pendinginan, hingga pengemasan akhir. Setelah penerapan SOP dan penggunaan peralatan baru seperti blender kapasitas besar dan *freezer* tambahan, terjadi peningkatan kapasitas produksi dari 60 porsi menjadi 80 porsi per hari, dengan waktu produksi yang lebih singkat.

Tahap ketiga berfokus pada pelatihan manajemen usaha dan keuangan sederhana. Pada tahap ini, tim pelaksana memberikan pelatihan pencatatan keuangan menggunakan aplikasi sederhana berbasis digital seperti Google Sheets dan buku kas. Tujuannya agar mitra dapat mencatat seluruh transaksi penjualan, pembelian bahan baku, serta menghitung laba dan biaya operasional secara lebih akurat. Sebelumnya, pencatatan masih dilakukan secara manual tanpa perhitungan laba bersih yang pasti. Setelah

pelatihan, mitra mulai menerapkan sistem pencatatan harian dan bulanan yang membantu dalam pengambilan keputusan bisnis, terutama terkait perencanaan pembelian bahan dan pengaturan modal kerja.

Tahap keempat adalah pelatihan dan implementasi pemasaran digital. Kegiatan ini menjadi fokus utama dari program PKM karena bertujuan memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan melalui media sosial. Tim pelaksana membantu pembuatan akun bisnis resmi di Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business, serta melatih mitra dalam pembuatan konten promosi seperti foto produk, video singkat, dan testimoni pelanggan. Pelatihan mencakup teknik pengambilan gambar, penulisan caption yang menarik (copywriting), dan strategi konsistensi unggahan melalui kalender konten bulanan. Selain itu, dilakukan juga simulasi penggunaan fitur iklan digital (Instagram Ads) agar mitra mampu menjangkau target pasar yang lebih luas. Setelah dua bulan penerapan, akun Instagram *Es Teler Sultan* berhasil mencapai lebih banyak pengikut, dengan peningkatan penjualan sekitar 40% dibandingkan sebelum kegiatan dimulai.

Tahap kelima adalah monitoring dan evaluasi kegiatan. Evaluasi dilakukan secara berkala setiap dua minggu untuk menilai perkembangan kegiatan, mengidentifikasi kendala, dan memberikan solusi secara langsung di lapangan. Tim menggunakan indikator keberhasilan yang telah ditetapkan, seperti peningkatan jumlah produksi, peningkatan penjualan, jumlah pelanggan baru, serta keterampilan mitra dalam menggunakan media digital. Berdasarkan hasil evaluasi, kegiatan ini dinilai berhasil karena seluruh indikator tercapai, di antaranya peningkatan efisiensi produksi sebesar 25%, peningkatan penjualan 40%, serta meningkatnya kemampuan mitra dalam mengelola pemasaran digital secara mandiri. Tahap terakhir adalah dokumentasi dan refleksi hasil kegiatan. Seluruh rangkaian kegiatan PKM didokumentasikan dalam bentuk foto, video, dan laporan tertulis sebagai bukti pelaksanaan dan bahan publikasi ilmiah. Dokumentasi ini juga digunakan sebagai materi promosi bagi UMKM *Es Teler Sultan* di media sosial universitas dan platform bisnis kuliner. Dalam sesi refleksi akhir, mitra menyampaikan bahwa kegiatan ini memberikan dampak nyata terhadap perkembangan usahanya, terutama dalam hal peningkatan kapasitas produksi, efisiensi waktu, dan peningkatan jumlah pelanggan baru. Tim PKM dan mitra kemudian menyepakati untuk melanjutkan kolaborasi dalam bentuk pendampingan berkelanjutan agar usaha dapat terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan tren pasar digital. Secara keseluruhan, tahapan pelaksanaan kegiatan PKM ini berjalan dengan lancar, partisipatif, dan memberikan hasil yang signifikan. Kombinasi antara peningkatan produksi dan penguatan pemasaran digital terbukti efektif dalam meningkatkan kinerja UMKM *Es Teler Sultan*. Hasil kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan UMKM lain di Kota Bandung dalam menghadapi tantangan digitalisasi dan kompetisi pasar yang semakin ketat.



Gambar 2. Pelaksanaan Soasialisi

Pembahasan dan Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai sejauh mana kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) memberikan dampak terhadap peningkatan kapasitas produksi dan efektivitas pemasaran digital pada UMKM Es Teler Sultan di Bandung. Evaluasi dilaksanakan secara menyeluruh mencakup proses pelaksanaan, hasil yang dicapai, serta tingkat partisipasi dan kepuasan mitra terhadap program yang dijalankan. Evaluasi ini dilakukan melalui pendekatan observasi langsung, wawancara, kuesioner, serta analisis kinerja usaha sebelum dan sesudah kegiatan PKM.

Dari aspek produksi, hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam efisiensi dan kapasitas produksi. Setelah diberikan pelatihan manajemen produksi, mitra mampu menerapkan sistem kerja yang lebih terstruktur, termasuk penjadwalan produksi, pencatatan bahan baku, serta pengawasan kualitas produk. Sebelumnya, proses produksi dilakukan tanpa perencanaan waktu dan kuantitas yang jelas, namun setelah pendampingan, mitra telah menggunakan sistem pencatatan manual terstandar dan perencanaan stok bahan baku mingguan. Peningkatan kapasitas produksi ini berdampak langsung pada kemampuan mitra dalam memenuhi permintaan konsumen, terutama pada momen penjualan puncak seperti akhir pekan dan hari libur.

Dari aspek pemasaran digital, kegiatan pelatihan dan pendampingan mampu meningkatkan pemahaman mitra dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Sebelum kegiatan PKM, promosi Es Teler Sultan hanya dilakukan secara konvensional melalui pelanggan tetap dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Setelah pendampingan, mitra mulai aktif menggunakan platform Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business untuk menampilkan konten produk, testimoni pelanggan, serta promo harian. Evaluasi menunjukkan peningkatan jumlah pengikut dan interaksi di media sosial, yang berpengaruh pada peningkatan pesanan sebesar $\pm 30\%$ dibandingkan sebelum kegiatan berlangsung.

Selain itu, evaluasi juga dilakukan terhadap aspek manajemen keuangan dan operasional usaha. Mitra kini telah memahami pentingnya pencatatan keuangan secara sederhana menggunakan format excel atau aplikasi keuangan digital. Sebelumnya, catatan transaksi hanya dilakukan secara manual tanpa pemisahan antara modal dan keuntungan. Dengan adanya pelatihan, mitra mulai menerapkan pencatatan terstruktur untuk memantau arus kas, pengeluaran bahan baku, serta perhitungan laba bersih. Hal ini membantu mitra dalam mengambil keputusan usaha yang lebih rasional dan berbasis data.

Dari hasil wawancara, mitra menyatakan bahwa kegiatan PKM ini memberikan manfaat nyata terhadap keberlanjutan usaha. Selain peningkatan keterampilan teknis, kegiatan ini juga menumbuhkan kesadaran pentingnya inovasi dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi. Mitra merasa lebih percaya diri dalam mengembangkan usaha dan terbuka terhadap penggunaan platform digital dalam berbagai aspek bisnis, mulai dari promosi hingga layanan pelanggan.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan PKM berjalan efektif dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Terdapat peningkatan nyata dalam kemampuan produksi, pengelolaan usaha, dan strategi pemasaran digital. Keterlibatan aktif mitra selama proses kegiatan menjadi faktor utama keberhasilan program ini. Namun demikian, masih diperlukan pendampingan lanjutan, khususnya dalam hal konsistensi pembuatan konten digital, penggunaan analitik media sosial, serta

penerapan sistem pencatatan keuangan berbasis aplikasi untuk memastikan keberlanjutan hasil yang telah dicapai.

Simpulan

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan pada UMKM Es Teler Sultan di Bandung telah memberikan dampak positif dan nyata terhadap pengembangan usaha, khususnya dalam aspek produksi dan pemasaran digital dan ikut membantu pemerintah dalam penyediaan Angkatan kerja bagi masyarakat. Melalui rangkaian kegiatan pelatihan, pendampingan, serta penerapan strategi digital marketing, mitra mampu meningkatkan kapasitas produksi, memperbaiki manajemen operasional, dan memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan teknologi digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa optimalisasi pada sisi produksi berhasil meningkatkan efisiensi dan kualitas produk. Mitra kini mampu menerapkan sistem manajemen produksi yang lebih terencana, mulai dari perencanaan stok bahan baku, pengaturan waktu produksi, hingga peningkatan standar kebersihan dan pengemasan produk. Hal ini berdampak langsung pada peningkatan kapasitas produksi dan kepuasan pelanggan atas produk yang dihasilkan sangat baik dan higienis.

Pada sisi pemasaran, penerapan strategi digital melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan memperkuat citra merek. Peningkatan interaksi pelanggan, jumlah pengikut, serta pesanan produk menjadi indikator keberhasilan transformasi digital yang dilakukan. Mitra kini lebih memahami pentingnya konsistensi dalam promosi online dan strategi konten kreatif untuk menarik perhatian konsumen. Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini telah mencapai tujuan utamanya, yaitu membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha melalui pendekatan kolaboratif dan inovatif. Keberhasilan program ini tidak hanya memberikan manfaat bagi mitra, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap penguatan ekosistem UMKM di Kota Bandung yang tengah bertransformasi menuju ekonomi digital.

Sebagai tindak lanjut, disarankan agar kegiatan pendampingan ini dapat terus berlanjut dalam bentuk program lanjutan (follow-up program), seperti pelatihan manajemen keuangan berbasis aplikasi, pelatihan konten kreatif digital, dan pengembangan kemitraan dengan platform marketplace lokal. Dengan dukungan berkelanjutan dari pihak akademisi, pemerintah, dan masyarakat, diharapkan UMKM Es Teler Sultan dapat tumbuh menjadi usaha kuliner yang tangguh, berdaya saing, dan berkontribusi dan berdampak terhadap peningkatan ekonomi lokal.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada pimpinan institusi beserta seluruh jajaran yang telah memberikan dukungan dan fasilitas sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para pelaku UMKM Es Teler Sultan yang telah berpartisipasi secara aktif, terbuka, dan kooperatif selama seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi.

Partisipasi dan kerja sama yang baik dari para mitra menjadi faktor penting dalam keberhasilan kegiatan ini. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada tim pelaksana kegiatan yang telah bekerja secara maksimal, penuh dedikasi, dan tanggung jawab dalam menyiapkan serta melaksanakan setiap tahapan kegiatan. Tidak lupa,

apresiasi juga disampaikan kepada seluruh pihak terkait yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas dukungan moral, teknis, dan administratif yang telah diberikan. Akhir kata, penulis berharap kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat memberikan manfaat nyata bagi pelaku UMKM Es Teler Sultan serta menjadi kontribusi positif bagi pengembangan usaha mikro dan peningkatan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Referensi

- Ariyanti, M., & Lestari, D. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Digital bagi Pelaku UMKM di Era Industri 4.0*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(2), 145–152. <https://doi.org/10.33369/jpkm.v5i2.18347>
- Dewi, N. P., & Pratiwi, A. R. (2022). *Peningkatan Kapasitas Produksi UMKM melalui Pendampingan dan Pelatihan Manajemen Produksi*. Jurnal Abdi Masyarakat, 3(1), 33–42.
- Hapsari, A., & Rachmawati, D. (2021). *Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Masa Pandemi COVID-19*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Madani (JPKMM), 1(2), 87–96. <https://doi.org/10.26618/jpkmm.v1i2.4718>
- Heizer, J., & Render, B. (2020). *Operations Management*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kusuma, H., & Yuliana, A. (2021). *Digitalisasi UMKM: Strategi Transformasi Menuju Ekonomi Kreatif Berdaya Saing*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 9(1), 58–70.
- Lubis, R., & Sari, E. (2022). *Penerapan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kota Bandung*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 7(1), 75–84.
- Rachmawati, D. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Peningkatan Penjualan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 5(2), 45–56.
- Rohmah, L., & Wahyuni, T. (2023). *Pendampingan Manajemen Produksi dan Keuangan untuk UMKM Kuliner di Jawa Barat*. Jurnal Abdimas Kreatif, 4(2), 109–118.
- Setiawan, H. (2021). Strategi Digital Marketing bagi UMKM Kuliner di Era Pandemi. *Jurnal Manajemen Bisnis Terapan*, 4(1), 33–42.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widodo, B., & Astuti, D. (2021). *Penguatan Kapasitas Produksi dan Digital Marketing bagi UMKM di Bandung Barat*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nasional, 2(3), 145–153.
- Armansyah M. Sarusu, dkk, (2024). Sosialisasi Strategi Manajemen SDM dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Makanan Olahan di UMKM Desa Margaluyu, Jurnal Abdimu, 45-49.