

Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kemuning Mandiri Desa Cogreg, Kabupaten Bogor

Ari Apriani^{1*}, Desi Ramayanti², Komarudin³, Meysiel Elvaresia⁴, Natalia Hutapea⁵

^{1,4,5}Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial, Universitas Dian Nusantara

^{2,3}Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas Dian Nusantara
Jalan Tanjung Duren Barat II No.1, Jakarta, 11470, Indonesia

*ari.apriani@undira.ac.id

Kata Kunci:
branding;
daya saing;
desa cogreg;
ukm

Abstrak Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk UKM Kemuning Mandiri di Desa Cogreg, Kabupaten Bogor, yang menghadapi tantangan dalam pemasaran dan branding. Dengan metode yang meliputi sosialisasi, pelatihan desain kemasan, dan pemanfaatan e-commerce, kegiatan ini berfokus pada rebranding produk dan penggunaan teknologi untuk efisiensi produksi. Hasil yang dicapai menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam desain kemasan yang lebih menarik dan informatif, sehingga meningkatkan daya tarik produk. Selain itu, anggota UKM berhasil memasarkan produk secara online melalui platform e-commerce dan media sosial. Penerapan mesin sealer otomatis juga memberikan kontribusi besar dalam menjaga kualitas produk dan memperpanjang masa simpan, sehingga anggota UKM dapat memproduksi dalam volume yang lebih besar tanpa mengorbankan kualitas. Mesin *food processor* juga membantu UKM Kemuning Mandiri dalam meningkatkan produksi nugget lele. Implementasi dari kegiatan ini tidak hanya meningkatkan penjualan tetapi juga kapasitas anggota UKM dalam mengelola usaha mereka. Diharapkan, dengan dukungan dan kolaborasi yang berkelanjutan, UKM Kemuning Mandiri dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi positif bagi ekonomi lokal.

Keywords:
branding;
competitiveness;
cogreg village;
SMEs

Abstract This community service program aims to enhance the competitiveness of the Kemuning Mandiri SME products in Cogreg Village, Bogor Regency, which faces challenges in marketing and branding. Utilizing methods that include socialization, packaging design training, and the utilization of e-commerce, this initiative focuses on product rebranding and the use of technology for production efficiency. The results achieved demonstrate a significant improvement in packaging design, making it more attractive and informative, thereby increasing product appeal. Additionally, members of the SME successfully marketed their products online through e-commerce platforms and social media. The implementation of automatic sealing machines has also greatly contributed to maintaining product quality and extending shelf life, enabling SME members to produce larger volumes without compromising quality. Furthermore, the food processor has assisted Kemuning Mandiri in increasing the production of lele nuggets. The implementation of this program has not only increased sales but also enhanced the capacity of SME members to manage their businesses effectively. It is expected that with ongoing support and collaboration, Kemuning Mandiri SME can continue to grow and make a positive contribution to the local economy.

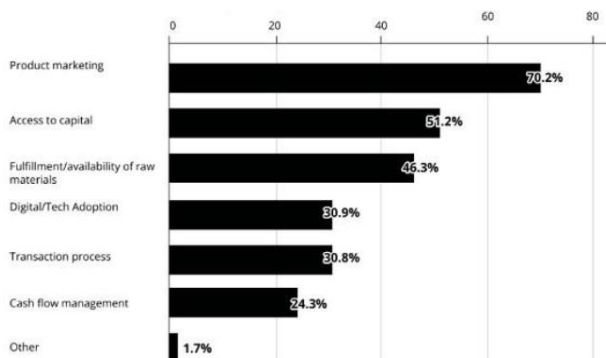
PENDAHULUAN

UKM Kemuning Mandiri merupakan perkumpulan dari lima UKM yang memproduksi berbagai macam produk makanan. UKM merupakan salah satu penggerak perekonomian Indonesia, yang mana UKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Tujuan utama UKM adalah meningkatkan perekonomian lokal dan membantu dalam mengentaskan angka kemiskinan di daerah tersebut (Utami & Nugraha, 2021).



Gambar 1. Kegiatan UKM Kemuning Mandiri, Desa Cogreg, Kecamatan Parung, Kabupaten Bogor

Menurut survei, pada MSME Empowerment Report tahun 2022, pemanfaatan *digital* memberikan dampak yang positif bagi pelaku UMKM. Namun kenyataannya masih ada sekitar 70,2% UMKM yang mengalami kendala dalam mengembangkan usahanya terutama dalam memasarkan produknya (Mucharomah, 2023). Tantangan yang dihadapi tentunya dalam membangun citra merek untuk meningkatkan daya saing produk UKM itu sendiri. Apabila merek dari sebuah produk tidak kuat, maka akan mempengaruhi pada pemasarannya.



Gambar 2. Permasalahan UMKM di Indonesia

Mitra yang dipilih adalah komunitas UKM Kemuning Mandiri di Desa Cogreg, Kecamatan Parung, Kabupaten Bogor karena seluruh anggota UKM menyampaikan bahwa memang terjadi permasalahan dalam pemasaran produknya, di mana selama ini mereka menjual secara *offline*. Komunitas UKM Kemuning Mandiri ini nantinya diharapkan mampu memasarkan produknya secara online dan mampu bersaing dengan produk kompetitor lainnya.



Gambar 3. Tim Pengabdian Masyarakat bersama UKM Kemuning Mandiri di Desa Cogreg, Kecamatan Parung, Kabupaten Bogor

Berdasarkan hasil survei tim di lapangan, ternyata pengemasan produk UKM Kemuning Mandiri ini masih dikemas dengan sederhana, ada yang ditempel sticker produknya dan ada juga produk yang masih polos menggunakan *standing pouch*. Keterbatasan pengetahuan yang dimiliki anggota UKM Kemuning Mandiri dalam memasarkan secara online menjadikan produk yang di produksi masih terbatas dan sesuai dengan pesanan saja.

Anggota UKM Kemuning Mandiri yang mayoritas adalah ibu rumah tangga, sehingga kurang cakap teknologi dalam menggunakan *e-commerce* sebagai saluran penjualannya, ditambah lagi keterbatasan modal yang dimiliki, sehingga menjual di lingkungan Desa masih relatif murah. Padahal produk UKM Kemuning Mandiri apabila dikemas dengan menarik dapat bernilai jual yang relatif tinggi daripada harga jual biasanya.

Penggunaan teknologi informasi dalam proses pemasaran produk UKM lokal sangatlah penting untuk perluasan akses pasar serta perlu dilakukan secara berkelanjutan (Irmal et al., 2024; Lestariana & Hermawan, 2021). Strategi terbaik yaitu dengan menggunakan kekuatan dari UKM dan juga memanfaatkan peluangnya, hal tersebut seperti UKM harus meningkatkan kualitas produknya, memperluas jaringan pemasaran dan promosi dengan memanfaatkan teknologi informasi, memberikan pelatihan untuk karyawan UKM, dan melakukan inovasi dari produk yang dihasilkan (Novia et al., 2021).

Beberapa UKM sudah mulai beralih ke digital dari sisi pemasarannya, hanya saja masih perlu ditingkatkan dalam pembuatan konten marketing yang menarik (Nurhayati & Ardianingsih, 2021). Terkait permasalahan permodalan yang terjadi bisa melibatkan pihak perbankan, dan memberikan label di kemasan produk, serta memasarkan produknya ke supermarket di dekat lokasi UKM (Roesdianto et al., 2022). Pentingnya orientasi pasar, inovasi produk, dan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UKM (Juminawati et al., 2024).

Selain itu aspek pemasaran digital menjadi latar belakang utama untuk membenahi permasalahan yang ada di UKM Kemuning Mandiri, namun tim pengabdian masyarakat perlu meningkatkan daya saing produk UKM Kemuning Mandiri agar citra mereknya kuat dan memiliki kualitas yang terjaga.

Untuk produksi olahan lele sendiri di Desa Cogreg mudah dalam mendapatkan bahan bakunya, sedangkan untuk cemilan keripik, UKM Kemuning Mandiri juga memproduksi tempe sendiri untuk bahan baku pembuatan keripik tempe, sehingga harga bahan baku relatif murah dan terjaga kualitas bahan bakunya. Hal ini menjadi peluang bagi UKM Kemuning Mandiri untuk membangun citra merek yang baik, agar dapat bersaing dengan kompetitornya.

Tujuan dari Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini adalah meningkatkan daya saing produk dengan *me-rebranding* produk UKM Kemuning Mandiri dengan kemasan produk yang menarik dan lebih terjaga kualitasnya lebih lama, serta dalam proses produksinya bisa menjadi lebih efektif dan efisien. Apabila UKM Kemuning Mandiri akan memasarkan produknya secara online, maka harus siap memproduksi dalam jumlah yang lebih besar.

Berdasarkan hasil survei, masalah yang paling utama adalah pemasaran produk dari UKM Kemuning Mandiri. UKM ini dikenal dengan memproduksi segala macam olahan ikan lele dan aneka cemilan. Namun, produk UKM Kemuning Mandiri ini masih dikemas sangat sederhana, dan ini bisa mengakibatkan kerusakan apabila dikirim dengan jarak yang jauh menggunakan ekspedisi.

Selain itu kemungkinan terjadinya kebocoran dalam pengemasan bisa saja terjadi dan itu mengurangi kualitas produk. Dengan demikian ada permasalahan yang perlu diselesaikan, diantaranya *men-design* ulang kemasan produk UKM Kemuning Mandiri, hal ini dilakukan untuk meningkatkan citra merek produk. Kemasan yang standar membuat orang memiliki persepsi bahwa kualitas produk dan cita rasanya biasa saja, dengan mengemas ulang yang baik maka akan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Pemanfaatan digital dalam penjualan produk UKM Kemuning Mandiri, selama ini anggota UKM Kemuning Mandiri menjual produknya secara offline, sehingga produk dikemas standar dan dijual dengan kemasan ekonomis agar cepat laku. Namun, apabila kemasan produk telah diperbaiki maka UKM Kemuning Mandiri dapat menjalin kerjasama dengan pusat toko oleh-oleh untuk memasarkan produknya, atau bahkan ke minimarket disekitar Kabupaten Bogor dengan bantuan pemerintah dan industri yang ada di sekitar.

Menjaga kualitas produk dan efisiensi dalam produksi, UKM Kemuning Mandiri yang akan mulai memasarkan produk secara online dan juga bekerjasama dengan beberapa outlet, maka harus siap memproduksi dengan jumlah banyak dan juga menjaga standar mutu dari produk itu sendiri. Hal ini dapat meningkatkan daya saing produk apabila banyak outlet yang menjual produk dari UKM Kemuning Mandiri.

Penggunaan mesin *sealer* otomatis akan menjaga kualitas produk tetap terjaga. Selain itu penggunaan food processor dalam pembuatan nugget lele dapat membantu dalam efisiensi proses produksi, selama ini UKM Kemuning Mandiri menggunakan alat bantu *food processor* standar rumah tangga, sehingga kapasitas produksinya sekali giling hanya berkapasitar sekitar 700gram.

METODE

Tahapan pelaksanaan PkM yang ditempuh untuk mendapatkan solusi dari permasalahan spesifik. Meliputi sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program dari kegiatan ini.

Adapun tahapan-tahapan tersebut sebagai berikut:

Sosialisasi

Tahap awal dalam pengabdian masyarakat adalah melakukan sosialisasi terhadap program atau kegiatan yang akan dilakukan. Hal ini dilakukan untuk memperkenalkan tujuan dan manfaat dari program kepada masyarakat atau kelompok sasaran, serta membangun kesadaran dan dukungan terhadap program tersebut.

Pelatihan

Setelah sosialisasi dilakukan, tahap selanjutnya adalah menyelenggarakan pelatihan bagi masyarakat atau kelompok sasaran terkait dengan permasalahan spesifik yang ingin

diselesaikan. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kapasitas mereka dalam mengatasi permasalahan tersebut.

Penerapan teknologi

Teknologi atau inovasi yang sesuai dapat diterapkan untuk menyelesaikan permasalahan spesifik yang dihadapi. Misalnya, jika permasalahan melibatkan efisiensi produksi, teknologi baru atau perangkat dapat diterapkan untuk meningkatkan produktivitas atau kualitas produk.

Pendampingan dan evaluasi

Proses pendampingan dilakukan untuk memberikan dukungan dan bimbingan kepada masyarakat atau kelompok sasaran selama pelaksanaan program. Selain itu, evaluasi secara berkala perlu dilakukan untuk mengevaluasi kemajuan dan dampak dari program terhadap penyelesaian permasalahan yang spesifik.

Keberlanjutan program

Tahap terakhir memastikan keberlanjutan dari program atau kegiatan yang telah dilakukan. Ini melibatkan pembangunan kapasitas lokal, penguatan jaringan kerjasama, dan pengembangan strategi berkelanjutan untuk menjaga kontinuitas dan keberlanjutan dari solusi yang telah diterapkan.

Melalui tahapan-tahapan di atas, secara sistematis diharapkan solusi yang diperoleh dapat memberikan dampak yang signifikan dalam menyelesaikan permasalahan spesifik yang dihadapi oleh masyarakat atau kelompok sasaran.

HASIL dan PEMBAHASAN

Dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi di UKM Kemuning Mandiri, maka tim melakukan beberapa alternatif solusi. Untuk meningkatkan citra merek produk UKM

Kemuning Mandiri melalui desain ulang kemasan, langkah-langkah konkret dapat diambil.



Gambar 4. Contoh design kemasan produk keripik tempe UKM Kemuning Mandiri

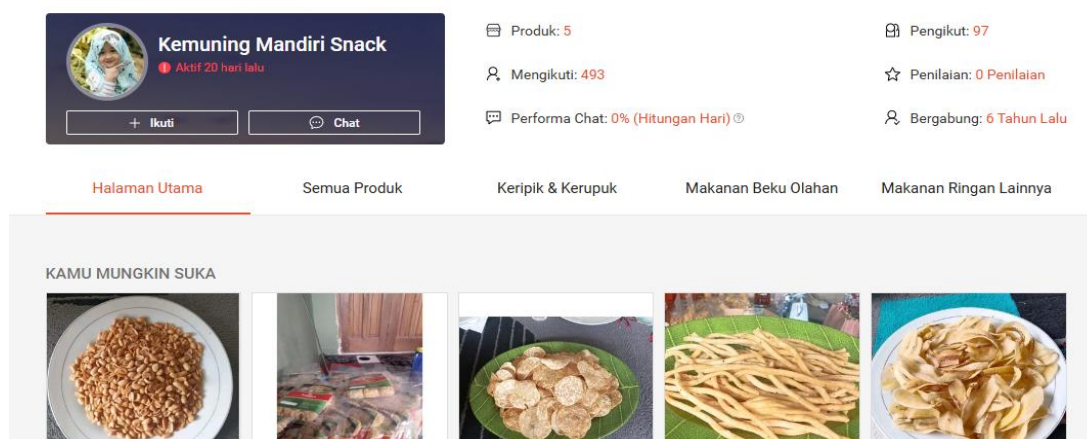
Desain kemasan dapat disesuaikan dengan selera dan tren pasar yang berlaku, serta menonjolkan keunikan dan keistimewaan produk UKM Kemuning Mandiri. Selanjutnya, kolaborasi dengan desainer grafis yang berpengalaman dapat membantu menghasilkan desain kemasan yang menarik dan menonjol.

Penggunaan material kemasan yang dapat menjaga kualitas produk lebih lama. Penting untuk melibatkan pemangku kepentingan internal, seperti pemilik UKM dan tenaga kerja, serta eksternal seperti konsultan *branding* atau agen pemasaran, untuk memastikan desain kemasan baru sesuai tujuan UKM serta tujuan pemasaran. Dengan mengimplementasikan solusi ini, diharapkan citra merek produk UKM Kemuning Mandiri dapat meningkat, seiring dengan kepercayaan konsumen yang lebih besar terhadap kualitas dan nilai produk mereka.

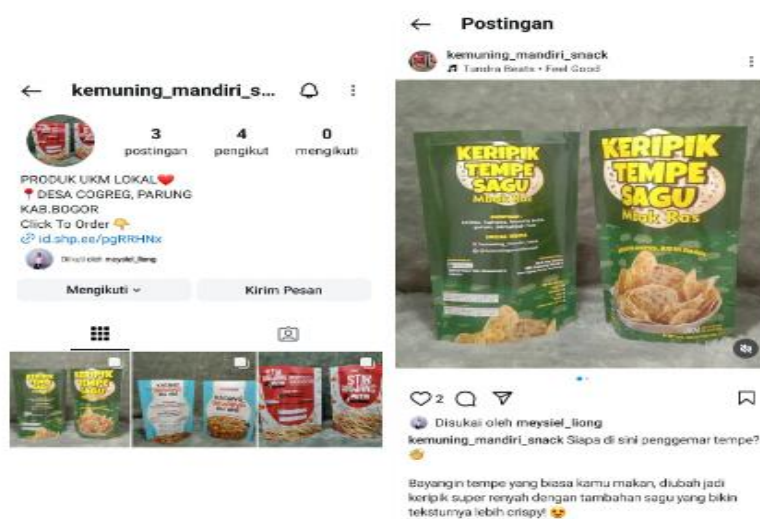
Pemanfaatan digital dalam penjualan produk UKM Kemuning Mandiri, langkah-langkah strategis perlu diambil. Pertama-tama, dibutuhkan pelatihan dan edukasi bagi anggota UKM Kemuning Mandiri mengenai penggunaan *platform e-commerce* dan manajemen penjualan *online*. Ini termasuk pembelajaran tentang cara mengelola inventaris, pengiriman produk, dan interaksi dengan pelanggan secara online.

Selanjutnya, pengembangan toko *online* yang menarik dan pembuatan konten digital yang menarik agar menarik minat pembelian produk.

Kerjasama dengan pusat toko oleh-oleh atau minimarket di sekitar Kabupaten Bogor bisa menjadi strategi yang efektif. UKM Kemuning Mandiri dapat menjalin kemitraan dengan pusat toko oleh-oleh untuk memasarkan produk mereka secara *offline*, sambil tetap memanfaatkan keberadaan platform *e-commerce* untuk memperluas jangkauan pasar secara online. Dukungan dari pemerintah dan industri sekitar juga dapat dimanfaatkan, baik dalam hal pendanaan, pelatihan, atau promosi bersama.



Gambar 5. Akun Shopee UKM Kemuning Mandiri



Gambar 6. Instagram UKM Kemuning Mandiri

Untuk meningkatkan efektivitas pemasaran produk UKM Kemuning Mandiri, pelatihan dalam menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) dapat menjadi solusi yang sangat berguna. BMC adalah alat yang berguna untuk merancang, mengevaluasi, dan mengoptimalkan model bisnis.

Dengan pelatihan ini, anggota UKM Kemuning Mandiri dapat memahami elemen-elemen kunci dari model bisnis mereka, termasuk segmen pasar, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan dengan pelanggan, sumber pendapatan, kemitraan kunci, kegiatan kunci, sumber daya kunci, dan struktur biaya.

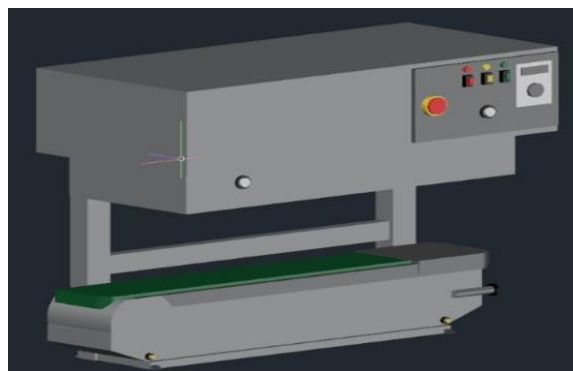
Dengan menggunakan BMC, UKM Kemuning Mandiri dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, dengan memahami dengan lebih baik kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta cara terbaik untuk menyampaikan proposisi nilai produk mereka. Selain itu, BMC juga dapat membantu dalam mengidentifikasi peluang kemitraan baru, baik dengan pihak-pihak terkait maupun mitra bisnis lainnya, yang dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Melalui pelatihan BMC, anggota UKM Kemuning Mandiri juga dapat belajar untuk terus memantau dan mengevaluasi kinerja bisnis mereka, serta melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang terus berubah.

Pelatihan dalam pembuatan konten penjualan yang menarik di media sosial akan menjadi langkah penting bagi UKM Kemuning Mandiri untuk meningkatkan efektivitas pemasaran produk mereka. Pelatihan ini akan mencakup pemahaman yang mendalam tentang audiens target, strategi konten yang efektif, pembuatan konten visual yang menarik, penggunaan bahasa yang tepat, pemanfaatan fitur-fitur khusus dari platform media sosial, serta analisis dan pengukuran kinerja konten.

Dengan memperoleh keterampilan ini, anggota UKM Kemuning Mandiri akan mampu menciptakan konten yang lebih menarik, relevan, dan bermakna bagi audiens mereka. Hal ini akan membantu meningkatkan interaksi dengan pelanggan, memperluas jangkauan pasar, dan akhirnya meningkatkan penjualan produk secara keseluruhan. Dengan demikian, pelatihan akan menjadi investasi yang berharga dalam meningkatkan keberhasilan pemasaran produk UKM Kemuning Mandiri melalui media sosial.

Untuk menjaga kualitas produk dan meningkatkan efisiensi dalam produksi, UKM Kemuning Mandiri dapat mengimplementasikan beberapa langkah strategis. Pertama, penggunaan mesin sealer otomatis dapat membantu menjaga kualitas produk tetap terjaga dan menghindari kontaminasi atau kerusakan selama proses penyegelan kemasan. Dengan demikian, produk akan tetap segar dan aman untuk dikonsumsi oleh pelanggan.

Sangat penting untuk mengimplementasikan sistem kontrol mutu yang ketat selama seluruh proses produksi. Hal ini meliputi pengawasan bahan baku, proses produksi, hingga produk jadi. Dengan menjaga standar mutu yang tinggi, UKM Kemuning Mandiri dapat memastikan bahwa produk mereka selalu memenuhi harapan konsumen dan membangun reputasi yang baik di pasaran. Dengan mengadopsi teknologi dan praktik manufaktur yang modern serta memperkuat sistem kontrol mutu, diharapkan UKM Kemuning Mandiri dapat meningkatkan daya saing produk mereka dan berhasil bersaing di pasar yang semakin kompetitif.



Gambar 7. Inovasi mesin *sealer*



Gambar 8. Pelatihan penerapan teknologi dan pengemasan produk UKM Kemuning Mandiri

Hasil dari kegiatan PkM ini terfokus pada tiga aspek utama, yaitu peningkatan *branding* melalui kemasan produk, pemanfaatan *e-commerce* untuk pemasaran, dan penerapan teknologi dalam proses produksi.

Dalam pelatihan yang diberikan kepada anggota UKM Kemuning Mandiri, hasil yang paling mencolok terlihat pada desain kemasan produk. Sebelumnya, kemasan produk sangat sederhana dan kurang menarik, seperti keripik tempe yang hanya menggunakan kemasan ekonomis. Namun, setelah proses *rebranding*, anggota UKM berhasil mendesain kemasan baru yang lebih menarik dan informatif. Contohnya, kemasan keripik tempe kini menggunakan warna yang cerah dan gambar yang mencolok, serta mencantumkan informasi komposisi dan tanggal produksi.

Kemasan yang baru ini tidak hanya meningkatkan daya tarik visual tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Konsumen lebih cenderung membeli produk yang dikemas dengan baik, yang memberikan kesan kualitas yang lebih tinggi. Hal ini terbukti dengan peningkatan jumlah pembelian setelah *rebranding* kemasan diterapkan.

Peningkatan penjualan melalui digital menjadi salah satu fokus dalam kegiatan ini adalah mengedukasi anggota UKM tentang pentingnya pemanfaatan digital. Selain itu

UKM Kemuning Mandiri membuat media sosial untuk menawarkan produknya secara online. Setelah pelatihan, anggota UKM Kemuning Mandiri berhasil mengimplementasikan penjualan produk mereka melalui platform online seperti Shopee dan media sosial.

Produk yang paling diminati di UKM Kemuning Mandiri seperti nugget lele, keripik tempe, keripik pisang kapok, stik bawang, dan kacang bawang yang mendapat respon positif dari konsumen. Pemasaran yang lebih luas melalui media sosial memungkinkan produk mereka menjangkau pasar yang lebih besar, termasuk konsumen di luar daerah. Hal ini menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan *platform digital*, UKM dapat meningkatkan *visibilitas* dan *aksesibilitas* produk mereka.

Penerapan teknologi dengan penyegelan menggunakan mesin *sealer* otomatis menjadi salah satu inovasi penting dalam kegiatan ini. Sebelum adanya mesin ini, proses pengemasan produk dilakukan secara manual dan kurang efisien. Namun, dengan menggunakan mesin sealer, anggota UKM kini dapat mengemas produk dengan lebih cepat dan memastikan bahwa produk terlindungi dengan baik dari kontaminasi dan kerusakan selama pengiriman.

Hasil dari penerapan teknologi ini sangat signifikan, kualitas produk yang dihasilkan menjadi lebih terjaga, dan daya tahan produk meningkat. Anggota UKM melaporkan bahwa mereka dapat meningkatkan volume produksi tanpa mengorbankan kualitas, yang sangat penting untuk mempertahankan kepuasan konsumen.

Melalui kegiatan ini, diharapkan akan memberikan kesempatan bagi anggota UKM untuk memperluas jangkauan pemasaran mereka dan menarik lebih banyak konsumen. Penjualan di minimarket dan pusat oleh-oleh memungkinkan produk mereka terlihat lebih profesional dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, dengan adanya kemitraan ini, UKM juga dapat melakukan promosi yang lebih terarah dan efektif.

Salah satu hasil yang paling berharga dari kegiatan ini adalah peningkatan kapasitas anggota UKM. Mereka tidak hanya belajar tentang pemasaran dan *branding* tetapi juga tentang pentingnya kualitas produk dan manajemen usaha. Pelatihan yang diberikan mendorong anggota untuk lebih percaya diri dalam menjalankan bisnis mereka.

Selain itu, anggota UKM kini lebih terbuka terhadap inovasi dan perubahan. Mereka telah menunjukkan inisiatif untuk terus meningkatkan kualitas produk dan beradaptasi dengan tren pasar. Dengan peningkatan pengetahuan ini, diharapkan UKM Kemuning Mandiri dapat bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.

SIMPULAN

Dengan adanya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menunjukkan bahwa melalui pendekatan yang terintegrasi, UKM Kemuning Mandiri dapat meningkatkan daya saing produk mereka. Melalui *rebranding* kemasan, pemanfaatan *e-commerce*, dan penerapan teknologi, anggota UKM mampu mengatasi tantangan pemasaran yang mereka hadapi. Kegiatan ini tidak hanya berdampak positif pada penjualan tetapi juga pada peningkatan kapasitas dan pengetahuan anggota, di mana hal ini sangat penting untuk keberlanjutan usaha mereka di masa depan.

Dengan demikian, program ini nantinya dapat dijadikan model bagi UKM lain yang juga menghadapi tantangan serupa. Selain itu diharapkan pula dapat memberikan kontribusi yang nyata terhadap pengembangan ekonomi lokal di Desa Cogreg, Kabupaten Bogor dan sekitarnya. Keberhasilan ini juga sekaligus menegaskan sangat pentingnya dukungan dan kolaborasi dalam meningkatkan daya saing produk UKM di era *digital* sekarang ini.

PENGHARGAAN

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya disampaikan kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (DIKTI) atas dukungan pendanaan hibah Pengabdian Masyarakat Pemula tahun 2024. Hibah dengan nomor kontrak 066/E5/PG.02.00/PM.BATCH.2/2024 dan nomor kontrak turunan 1035/LL3/DT.06.01/2024; 11/146/I-SPK/VIII/2024 ini telah memberikan kesempatan berharga bagi kami untuk melaksanakan program Pengabdian kepada Masyarakat. Tujuannya untuk meningkatkan daya saing produk UKM Kemuning Mandiri di Desa Cogreg, Kabupaten Bogor. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Dian Nusantara yang telah memberikan bantuan pendanaan pengelolaan Hibah Pengabdian Masyarakat Pemula.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kabupaten Bogor. (2023). *Kecamatan Parung Dalam Angka Parung Subdistrict in Figures*.
Desa Cogreg. (2023). Kecamatan Parung.
<https://kecamatanparung.bogorkab.go.id/desa/214>.
- Irmal, I., Sutoro, M., & Khair, O. I. (2024). Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Melalui Digital Marketing di Kelurahan Keranggan, Setu, Tangerang Selatan. *Indonesian Journal of Society Engagement*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.33753/ijse.v5i1.153>.
- Juminawati, S., Syamsulbahri, S., & Harsono, I. (2024). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk, dan Strategi Pemasaran terhadap Daya Saing UKM di Pasar Lokal: Studi pada Industri Kreatif di Bandung, Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan*

- Manajemen West Science*, 3(1), 1–10.
<https://doi.org/https://doi.org/10.58812/jbmws.v3i01.970>.
- Lestariana, F. F., & Hermawan, S. (2021). Analysis of the Influence of the Use of Information Technology and Knowledge Management on Employee Performance with Motivation as an Intervening Variable (Studies in the Regional Government of Sidoarjo Regency). *Proceedings of The ICECRS*.
- Mucharomah, N. L. (2023). *Survei: 70% UMKM Lokal di Indonesia Kesulitan Memasarkan Produk*. <https://Dailysocial.Id/>. <https://dailysocial.id/post/survei-70-persen-umkm-lokal-di-indonesia-kesulitan-memasarkan-produk>.
- Novia, C., Saiful, S., & Utomo, D. (2021). Analisis SWOT peningkatan daya saing pada UKM keripik nangka di Kabupaten Malang. *Teknologi Pangan : Media Informasi Dan Komunikasi Ilmiah Teknologi Pertanian*, 12(1), 61–69.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35891/tp.v12i1.2460>.
- Nurhayati, S., & Ardianingsih, A. (2021). Analisis Digitalisasi Pemasaran Berbasis Sosial Media Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Pekalongan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(1).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31941/jebi.v24i1.1390>.
- Roesdianto, R., Herawati, L., & Ndari, P. W. (2022). Upaya Peningkatan Daya Saing UKM Tahu “Mulyo” Dengan Metode Blue Ocean Strategy. *Scientific Journal Widya Teknik*, 21(2).
- Utami, S. E., & Nugraha, Y. E. (2021). Pelatihan Manajemen Usaha UKM Sebagai Upaya Bangkit dari Pandemi Bagi Kelompok Perempuan Pengrajin Tenun Ikat di Kampoeng Tenun Alor Kota Kupang. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 2(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.36276/jap.v2i2.16>.