



Bimbingan Teknis dan Pendampingan Berkelanjutan Bisnis Home Bakery Berbasis Bahan Baku Agroforestri bagi Kelompok Perempuan UMKM Mekar Sari Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar

Elfis¹, Prima Wahyu Titisari^{1*}, Syarifah Farradina², Indry Chahyana³,
Tika Permatasari⁴

¹ Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Riau

² Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Riau

³ Program Studi Biomanejemen, Sekolah Ilmu dan Teknologi Hayati, Institut Teknologi
Bandung

⁴ Program Studi Pendidikan Biologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas
Islam Riau

*Correspondent Email: pw.titisari@edu.uir.ac.id

Article History:

Received: 12-12-2023; Received in Revised: 01-02-2024; Accepted: 09-03-2024

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/tomaega.v7i2.2500>

Abstrak

Salah satu inisiatif penting dalam meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat yaitu melalui Usaha Ekonomi dan Produk Unggul Desa, yang melibatkan berbagai kegiatan untuk memberdayakan masyarakat desa. Pemberdayaan masyarakat desa dapat berjalan dengan kesempatan dan fasilitasi kepada kelompok miskin agar dapat mengakses sumber daya seperti modal, teknologi, informasi, jaminan pemasaran, dan kesejahteraan. Tujuan dari program kemitraan masyarakat ini adalah meningkatkan kemampuan ekonomi ibu-ibu rumah tangga non-produktif yang tergabung dalam Kelompok Perempuan UMKM Mekar Sari. Sampel dan mitra dalam kegiatan ini adalah UMKM Mekar Sari Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar yang terdiri dari 20 orang. Mereka diberikan keterampilan untuk menginovasi bisnis home bakery berbasis bahan baku agroforestri menjadi produk dengan cita rasa tinggi dan berdaya jual ekonomis. Metode pelaksanaan program melibatkan berbagai tahapan, termasuk sosialisasi, pelatihan keterampilan, produksi, dan pemasaran. Instrumen yang digunakan untuk mengukur respon peserta pelatihan adalah questionnaire yang dianalisis menggunakan analisis persentase. Hasil dari kegiatan ini meliputi kemampuan anggota Kelompok Perempuan UMKM Mekarsari dalam memilih bahan baku, membuat beragam jenis kue dengan bimbingan narasumber, serta kemampuan mereka dalam menciptakan kemasan yang menarik dan memiliki nilai jual tinggi. Masyarakat juga mampu memanfaatkan berbagai platform pemasaran seperti direct selling, Instagram, Facebook, WhatsApp, dan TikTok untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka. Rata-rata responsi mitra terhadap kegiatan ini adalah sangat baik, namun 80% peserta menyatakan sangat setuju kegiatan praktik membuat kue durasi waktunya ditambah. Berdasarkan hal tersebut, kami menyarankan untuk kegiatan selanjutnya dapat meluangkan waktu lebih banyak untuk pendampingan terhadap mitra agar kegiatan yang dilakukan dapat berdampak secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Home Bakery, Kelompok Perempuan, Kewirausahaan.

Abstract

One important initiative in increasing community independence and welfare is through Economic Enterprises and Village Superior Products, which involves various activities to empower village communities. Empowering village communities can run with opportunities and facilitation for poor groups so they can access resources such as capital, technology, information, marketing guarantees and welfare. The aim of this community partnership program is to improve the economic capabilities of non-productive housewives who are members of the Mekar Sari MSME Women's Group. The sample and partners in this activity are UMKM Mekar Sari, Siak Hulu District, Kampar Regency, consisting of 20 people. They are given the skills to innovate a home bakery business based on agroforestry raw materials into products with high taste and economical marketability. The program implementation method involves various stages, including outreach, skills training, production, and marketing. The instrument used to measure the training participants' responses was a questionnaire which was analyzed using percentage analysis. The results of this activity include the ability of members of the Mekarsari UMKM Women's Group in selecting raw materials, making various types of cakes with the guidance of resource persons, as well as their ability to create packaging that is attractive and has high selling value. People are also able to take advantage of various marketing platforms such as direct selling, Instagram, Facebook, WhatsApp and TikTok to increase the visibility and sales of their products. The average response from partners to this activity was very good, however 80% of participants stated that they strongly agreed that the duration of the practical cake making activity was increased. Based on this, we suggest that for future activities we can spend more time mentoring partners so that the activities carried out can have a sustainable impact.

Key Word: Home Bakery, Women's Group, Entrepreneurship.

1. Pendahuluan

Program pemberdayaan pada masyarakat desa hadir sebagai nilai otonomi desa, dimana desa dituntut untuk lebih mandiri dalam mensejahterakan masyarakat desa baik dari segi ekonomi, sosial dan budaya. Salah satu program pemberdayaan masyarakat desa adalah program produk unggul terutama Usaha Ekonomi dan Produk Unggul Desa, dalam bentuk kegiatan pemberdayaan masyarakat meliputi upaya pemberian kesempatan dan memfasilitasi kelompok miskin agar mereka memiliki aksesibilitas terhadap sumber daya berupa modal, teknologi, informasi, jaminan pemasaran dan kesejahteraan (Marthalina, 2018; Prawoto & Basuki, 2021). Desa Pandau Jaya adalah desa yang berada di Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar. Jumlah penduduk Desa Pandau Jaya berjumlah 4638 Kepala Keluarga dengan jumlah warga 23793 orang serta jumlah perempuan berusia antara 55-75 tahun berjumlah 3729 orang, sekitar 80% dari perempuan ini tidak bekerja (ibu rumah tangga biasa), hanya 15% yang bekerja sebagai pedagang kecil (kedai kecil di depan rumah, berdagang harian di pasar) dan 5% berjualan kue-kue basah dan sedikit sekali yang punya usaha kue-kue kering atau usaha lainnya (Badan Pusat Statistik Kabupaten Kampar, 2023).

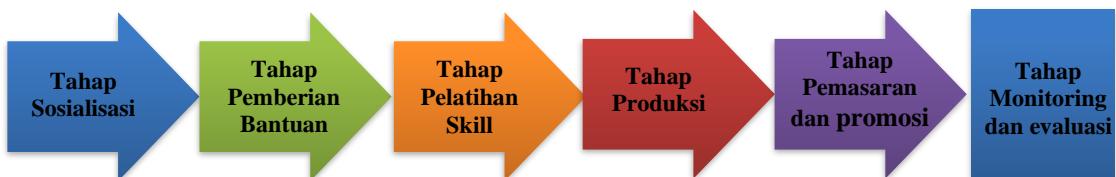
Salah satu alternatif untuk menggerakkan perekonomian masyarakat adalah dengan mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Pahlawi dan Dharin, 2021) dan *home industry* menjadi alternatif untuk menambah

pendapatan rumah tangga. Bahkan menurut Petri (2020), usaha kecil dapat menjadi strategi untuk mengentaskan masalah kemiskinan di Indonesia. Namun sangat disayangkan, berdasarkan hasil observasi awal pada mitra Kelompok Perempuan UMKM Mekar Sari Kecamatan Siak Hulu ditemukan beberapa permasalahan, yaitu: (1) banyak ibu-ibu rumah tangga yang tergabung dalam Kelompok Perempuan UMKM Mekar Sari kurang produktif dan tidak bisa menghasilkan pendapatan untuk membantu keuangan rumah tangga, (2) sebagian besar ibu-ibu anggota Kelompok Perempuan UMKM Mekar Sari walaupun sudah berada pada usia di atas 55 tahun, tapi sebagian besar cukup berpendidikan (85% tamatan SMA) sehingga masih bisa diberdayakan untuk kegiatan yang produktif seperti usaha bisnis *bakery home industry* berbasis bahan baku agroforestri.

Tujuan dari program kemitraan masyarakat ini adalah: (1) memberdayakan ibu-ibu rumah tangga non-produktif yang tergabung dalam Kelompok Perempuan UMKM Mekar Sari guna meningkatkan kemampuan potensi diri agar lebih berdaya secara ekonomi, (2) memberikan keterampilan kepada Kelompok Perempuan UMKM Mekar Sari dalam menginovasi bisnis *bakery home industry* berbasis bahan baku agroforestri menjadi produk bercita rasa tinggi dan berdaya jual ekonomis, (3) menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada Kelompok Perempuan UMKM Mekar Sari yang bertujuan untuk meningkatkan omzet pendapatan individu, juga peningkatan terhadap omzet UMKM Mekar Sari.

2. Metode

Kegiatan PkM dilaksanakan pada bulan November 2023 pada Kelompok Perempuan UMKM Mekar Sari Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar yang terdiri dari 20 orang. Tujuan dari program kemitraan masyarakat ini adalah meningkatkan kemampuan ekonomi ibu-ibu rumah tangga non-produktif yang tergabung dalam Kelompok Perempuan UMKM Mekar Sari Teknik penentuan sampel adalah sampel jenuh, dimana seluruh anggota Kelompok Perempuan Mekar Sari dijadikan sebagai sampel. Untuk mengukur responsi peserta menggunakan questionare dengan *3 skala likert* yang dianalisis dengan analisis persentase. Metode pelaksanaan dalam program kemitraan masyarakat ini, meliputi beberapa tahapan metode pelaksanaan, dengan meliputi metode sosialisasi, metode pelatihan skills, metode produksi, metode pemasaran serta tahapan pelaksanaan luaran pengabdian evaluasi dan monitoring kegiatan. Proses kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dijelaskan melalui gambar bagan alur berikut ini:



Gambar 1. Alur kegiatan pengabdian masyarakat

No	Aspek Kegiatan	Target Luaran	Luaran Spesifikasi
1	Sosialisasi	Peningkatan pemahaman keilmuan dan kreativitas mitra anggota Kelompok Perempuan UMKM Mekarsari dalam mengolah bahan baku berbasis agroforestry menjadi aneka kue-kue kering dan basah dalam usaha home <i>bakery</i> menjadi produk bernilai jual tinggi.	Menginisiasi mitra anggota Kelompok Perempuan UMKM Mekarsari melalui media komunikasi WAG dan Telegram.
2	Pemberian bantuan	Menyerahkan bantuan alat-alat produksi yang telah disepakati antara tim pengusul dan tim mitra berupa oven gas serta mixer.	Kelompok Perempuan UMKM Mekarsari telah mempunyai peralatan produksi yang cukup memadai.
3	Pelatihan Keterampilan membuat kue-kue kering dan basah	Peningkatan kemampuan mitra anggota Kelompok Perempuan UMKM Mekarsari dalam mengolah bahan baku berbasis agroforestri menjadi aneka kue-kue kering dan basah dalam usaha <i>home bakery</i> menjadi produk bernilai jual tinggi.	Semua mitra anggota Kelompok Perempuan UMKM Mekarsari telah mampu mengolah bahan baku berbasis agroforestri menjadi aneka kue-kue kering dan basah dalam usaha <i>home bakery</i>
4	Produksi	Semua anggota mitra Kelompok Perempuan UMKM Mekarsari mampu memilih bahan-bahan baku berbasis agroforestry, membuat aneka macam kue-kue kering dan basah dengan bimbingan narasumber serta mampu membuat berbagai aneka ragam packing kue kue-kue kering dan basah yang menarik dan mempunyai nilai jual yang tinggi.	Semua anggota mitra Kelompok Perempuan UMKM Mekarsari mampu memilih bahan-bahan baku berbasis agroforestry, membuat aneka macam kue-kue kering dan basah dengan bimbingan narasumber serta mampu membuat berbagai aneka ragam packing kue kue-kue kering dan basah yang menarik dan mempunyai nilai jual yang tinggi.
5	Pemasaran	Semua anggota mitra Kelompok Perempuan UMKM Mekarsari diberikan pelatihan pemasaran dengan berbagai macam pemanfaatan flatform pemasaran seperti direct selling, Instagram, facebook, whatsaap serta tiktok.	Semua anggota mitra Kelompok Perempuan UMKM Mekarsari mampu melakukan pemasaran dengan berbagai macam pemanfaatan flatform pemasaran seperti direct selling, Instagram, facebook, whatsaap serta tiktok.
6	Monitoring dan Evaluasi	Tim melakukan monitoring dan evaluasi sebelum, selama dan setelah kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan.	Semua anggota mitra Kelompok Perempuan UMKM Mekarsari berkomitmen kuat untuk melanjutkan UMKM <i>home bakery</i> <i>home</i> kue-kue kering dan basah bahan baku berbasis agroforestri

3. Hasil dan Pembahasan

Tahapan Sosialisasi

- a. Pemberian pemahaman tentang relevansi program pegabdian pada peningkatan kreativitas dan produktifitas ibu-ibu anggota Mitra Kelompok Perempuan UMKM Mekarsari dalam mengolah usaha bisnis *bakery home industry* berbasis bahan baku agroforestri menjadi aneka kue-kue kering dan basah berdaya jual.
- b. Kesepakatan antara Tim Pengusul dan Mitra Kelompok Perempuan UMKM Mekarsari pada kesiapan untuk mengikuti program bimbingan teknis dan pendampingan berkelanjutan usaha bisnis *bakery home industry* berbasis bahan baku agroforestri, dengan kesepakatan oleh Tim Mitra untuk menyediakan tempat dari sosialisasi hingga kegiatan pelatihan berlangsung sesuai dengan tahapan program yang disepakati.

Tahapan Pemberian Bantuan

Pada tahapan ini tim pengabdian akan memberikan bantuan alat-alat produksi yang telah disepakati antara tim pengusul dan tim mitra berupa oven gas serta Mixer, seperti gambar berikut:



Gambar 2. Bantuan peralatan yang diberikan

Pemanfaatan teknologi dalam bisnis home industry diperlukan untuk mempermudah mitra dalam memproduksi dan menjalankan bisnis *home bakery* berbahan dasar agroforestry. Pemberian bantuan berupa alat-alat produksi ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi UMKM Mekar Sari. Sejalan dengan Florita dkk., (2018) bahwa pengembangan teknologi dapat membantu dan mempermudah UMKM untuk mendapatkan produk yang berkualitas.

Tahapan Pelatihan

- a. Pembagian kelompok kerja yang disesuaikan dengan job desk oleh tim pengusul kepada tim mitra yang diklasifikasikan pada pembagian peran pekerjaan pada saat kegiatan yang berlangsung.
- b. Persiapan kegiatan oleh tim mitra meliputi persiapan bahan baku pembuatan kue-kue kering dan basah meliputi persiapan bahan baku utama, bahan penunjang hingga persiapan pada alat-alat memasak

- c. Praktik pembuatan kue-kue kering dan basah oleh narasumber yang disediakan oleh Tim Pengabdian Masyarakat meliputi teknik-teknik serta langkah-langkah pembuatan kue-kue kering dan basah yang meliputi komposisi bahan, pemilihan bahan, hingga proses pembuatan menggunakan resep, gambaran visual serta tutorial video
- d. Pengemasan produk oleh Tim Mitra yang dilatih dan dipantau oleh Tim Pengabdian Masyarakat sesuai dengan standar higienitas dari standar yang ditetapkan oleh BPOM dan MUI serta pihak yang berwenang.



Gambar 3. Kegiatan pelatihan pembuatan kue

Tahapan Produksi

- a. Melakukan produksi pembuatan kue-kue kering dan basah dengan bantuan narasumber yang disediakan oleh Tim Pengabdian Masyarakat yang meliputi komposisi bahan, pemilihan bahan, hingga proses pembuatan menggunakan resep.
- b. Proses produksi berjalan bersamaan dengan tahapan pelatihan.
- c. Beberapa jenis kue-kue kering dan basah yang telah disepakai untuk dibuat/diproduksi adalah biscuit, nastar, kue bolu pelangi, kue bolu lapis, dll. (Faridah, 2008; Maulana & Alisha, 2020)



Gambar 4. Contoh-contoh kue yang dipraktikan

- d. Selain melatih membuat kue-kue kering dan basah, juga diajarkan teknik packing kue kue-kue kering dan basah, dengan contoh sebagai berikut (Muntahanah et al., 2022; Napitupulu & Dewiani, 2020).



Gambar 5. Contoh-contoh packing kue yang dipraktikan

Tahapan Pemasaran dan Promosi

- Quality Kontrol (kontrol kualitas) serta pemberian nama produk (label) yang akan dilakukan oleh tim pengusul yang disesuaikan dengan usulan dan masukan oleh tim mitra.
- Pemasaran akan dilakukan dengan menggunakan aplikasi media sosial dan online, diantaranya menggunakan Instagram, Whatsapp, Tiktok, dan Facebook oleh Tim Mitra yang dipantau langsung oleh Tim Pengabdian Masyarakat (Dwijayanti & Pramesti, 2021; Fitryani & Surya Nanda, 2022; Halim, 2021; Napitupulu & Dewiani, 2020)



Gambar 6. Bentuk media pemasaran yang dipraktikan

Penggunaan sosial media atau e-commerce diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar secara efektif. Sesuai dengan pendapat Powers dkk., (2012) bahwa pemasaran melalui media sosial dapat dijangkau oleh setiap orang kapan pun dan dimanapun saja. Optimalisasi digital marketing diyakini sebagai langkah yang tepat dalam meningkatkan penjualan dan online engagement untuk mengembangkan usaha di era digitalisasi saat ini (Mulyani, 2021).

Tahap Monitoring dan Evaluasi; evaluasi program dan keberlanjutan program dalam PKM ini adalah sebagai berikut (1) Tim PKM melakukan perbandingan terhadap pemahaman mitra ibu-ibu anggota Kelompok Perempuan UMKM Mekarsari dalam memahami manfaat kegiatan PKM sebelum dilakukan pengabdian dan setelah melakukan pengabdian, (2) Tim PKM melakukan monitoring dan evaluasi komitmen mitra ibu-ibu anggota Kelompok Perempuan UMKM Mekarsari terhadap keberlanjutan kegiatan PKM setelah kegiatan dilaksanakan.

Berdasarkan responsi mitra ibu-ibu anggota Kelompok Perempuan UMKM Mekarsari terhadap keberlanjutan kegiatan PKM setelah kegiatan dilaksanakan, 18 orang (90%) memberikan pendapat sangat baik terhadap penyampaian materi oleh narasumber, 17 orang (85%) menyatakan bahwa bimbingan praktik membuat kue oleh narasumber sangat baik, 17 orang (85%) menyatakan telah diberikan kesempatan untuk praktik membuat kue sewaktu kegiatan dilaksanakan, dan 16 orang (80%) peserta menyatakan contoh-contoh kue yang dibuat dinilai peserta sangat baik. Selanjutnya 17 orang (85%) peserta sangat setuju jika kegiatan ini dilanjutkan, 18 orang (90%) menyatakan bahwa jika kegiatan ini dilanjutkan, mereka sangat setuju materi kegiatan ditambah, khususnya pada contoh-contoh kue yang dipraktikkan, 16 orang (80%) peserta menyatakan sangat setuju kegiatan praktik membuat kue durasi waktunya ditambah. Kegiatan ini juga telah dipublikasikan pada media online Forum Kerakyatan.



Gambar 7. Responsi peserta pelatihan serta publikasi kegiatan pengmas di media online

4. Kesimpulan

Berdasarkan responsi dari ibu-ibu anggota Kelompok Perempuan UMKM Mekarsari terhadap kegiatan PKM, dapat disimpulkan bahwa mayoritas peserta memberikan tanggapan positif terhadap penyampaian materi, bimbingan praktik membuat kue, serta kesempatan praktik yang diberikan selama kegiatan. Lebih lanjut, mayoritas peserta menyatakan keinginan untuk melanjutkan kegiatan ini, dengan persetujuan tinggi terhadap penambahan materi, khususnya pada contoh-contoh kue yang dipraktikan, dan perpanjangan durasi kegiatan praktik membuat kue. Hasil responsi menunjukkan bahwa kegiatan PKM dinilai berhasil dan diharapkan dapat dikembangkan lebih lanjut untuk memberikan manfaat maksimal bagi peserta. Untuk kegiatan selanjutnya, tim berharap untuk dapat mengoptimalkan waktu atau durasi yang pelatihan.

5.Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terimakasih kepada Institusi Perguruan Tinggi Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Islam Riau (DPPM UIR), kegiatan pengabdian masyarakat ini dibiayai melalui hibah pembiayaan Skema Tahun 2023.

6.Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kampar. (2023). *Kabupaten Kampar dalam Angka 2023*.
- Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (2021). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19. *IKRAITH-ABDIMAS*, 4(2), 68–73.<https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/view/982>
- Faridah, A. (2008). *Patiseri Jilid 2*. Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, Departemen Pendidikan Nasional. https://ftp.unpad.ac.id/bse/Kurikulum_2006/11_SMK/kelas11_smk_patiseri_anni.pdf
- Fitryani, F., & Surya Nanda, A. (2022). Program Pemberdayaan Masyarakat Pola Bisnis Digital Dalam Mendorong Umkm Kue Basah di Desa Anggaswangi Kabupaten Sidoarjo. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 5, 1–10. <https://doi.org/10.37695/pkmcsl.v5i0.1677>
- Florita, A., Jumiati, Mubarak, A. (2018). Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 1, 143-153
- Halim, K. I. (2021). Pendampingan Usaha Kue Kering Melalui Pengemasan Produk

- dan Pemasaran Digital. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 732–736. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i3.2568>
- Marthalina, M. (2018). Pemberdayaan perempuan dalam mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *J-3P (Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan)*, 3(1), 43–57. <https://doi.org/https://doi.org/10.33701/j-3p.v3i1.862>
- Maulana, Y. S., & Alisha, A. (2020). Inovasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Ichi Bento Cabang Kota Banjar). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 86. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i1.1313>
- Mulyani, Y.S. (2021). *E-Commerce Solusi Pemasaran UMKM Dalam Mengembangkan Industri Pariwisata Di Tengah Pademi Covid-19 (Studi Kasus Umkm Di Kota Tasikmalaya)*. *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 2(2): 131-141
- Muntahanah, S., Cahyo, H., Winarto, H., Murdjaningsih, T., Setiawan, H., & Zuhaena, F. (2022). Pendampingan Penambahan Lini Produk Fionna Cake sebagai Upaya Perluasan Pangsa Pasar di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(4), 1183–1188. <https://doi.org/10.54082/jamsi.392>
- Napitupulu, B. P., & Dewiani, S. (2020). Variasi Kue Tradisional Dengan Bahan Dasar Singkong di Dapur Pastry Hotel Él Royale Bandung. *Jurnal Ilmiah Akomodasi Agung*, 7(1), 49–58. <https://doi.org/10.51827/jiaa.v7i1.45>
- Pahlawi, M. N., & Dharin, A. (2021). Strategi Pengembangan Potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kerajinan Tangan Kiso “Jago Abadi” Di Desa Kemiri, Kabupaten Banyumas. *Bantenese: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 113–125. <https://doi.org/10.30656/ps2pm.v3i2.3902>
- Pravoto, N., & Basuki, A. T. (2021). Program Pemberdayaan Ibu Rt Usaha Mandiri Dalam Bidang Pembuatan Kue Kering dan Basah Kelompok Ibu Kasihan Sejahtera. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 432–437. <https://doi.org/10.18196/ppm.32.227>
- Petri, M. M. (2020). Srategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis UMKM di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi UMKM Buket Bunga Gallery Daisuki Jambi). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Powers, T., Powers, T., Advincula, D., Austin M, Graiko S., & Snyder, J. 2012. Digital and Social Media in The Purchase Decision Process, *Journal of Advertising Research*.