

## **PENGEMBANGAN INOVASI PRODUK OLAHAN NANAS BERBASIS KEARIFAN LOKAL UNTUK PENINGKATAN DAYA SAING DAN EKONOMI**

**Yulvia Nora Marlrim<sup>1</sup>, Achmad Tavip Junaedi<sup>2</sup>, Nicholas Renaldo<sup>3</sup>, Rizqon  
Jamil Farhas<sup>4</sup>, Wilda Susanti<sup>5</sup>**

<sup>1,5</sup>Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia,  
Jalan Srikandi No 1, Pekanbaru, Riau

<sup>2</sup>Manajemen, Fakultas Bisnis, Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia, Jalan Srikandi No 1,  
Pekanbaru, Riau

<sup>3</sup>Akuntansi, Fakultas Bisnis, Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia, Jalan Srikandi No 1,  
Pekanbaru, Riau

<sup>4</sup>Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, Jl. Tuanku  
Tambusai No. 23 Bangkinang Kota, Kab. Kampar,

<sup>1</sup>e-mail yulvia.nora@lecturer.pelitaindonesia.ac.id

### **Abstrak**

KNS Restu dan Rimba sari merupakan Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) yang berusaha dibidang pruduk olahan nanas. Kendala yang dihadapi mitra kekurangan aset yang menghambat proses produksi, kemampuan manajemen kurang baik serta pemasaran produk hanya melalui mulut kemulut dan digerai toko, sehingga produk belum banyak dikenal. Tujuan kegiatan Pengabdian ini adalah untuk meningkatkan keterampilan mitra sasaran KNS Restu dan Rimba sari dari segi manajemen, pemasaran dan produksi, sehingga nantinya dapat memajukan usaha dan mengakat produk unggulan daerah serta menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Metode pelaksanaan kegiatan berupa sosialisasi, pelatihan, pendampingan dan pengadaan. Pelatihan yang telah dilaksanakan adalah pelatihan manajemen usaha, branding produk, penerapan teknologi dan pelatihan *E-Commerce laku*, pelatihan laporan pajak, pelatihan dan penerapan sistem catatan keuangan. Evaluasi yang dilakukan terhadap mitra terus mendampingi dan memantau mitra sasaran untuk konsisten dalam melaksanakan program, dapat dibuktikan dengan meningkatnya tingkat pengetahuan, keterampilan sebesar 75 % dan penjualan meningkat 50 %.

**Kata Kunci:** produk olahan, nanas, UMKM

### **Abstract**

*KNS Restu and Rimba sari are Small and Medium Enterprises (SMEs) that operate in the field of processed pineapple products. The obstacles faced by partners are lack of assets that hamper the production process, inadequate management skills and product marketing only through word of mouth and in store outlets, so that the product is not widely known. The purpose of this activity is to improve the skills of KNS Restu and Rimba sari's target partners in terms of management, marketing and production, so that they can later advance their businesses and raise superior regional products and create jobs for the surrounding community. The method of implementing activities is in the form of socialization, training, mentoring and procurement. The training that has been implemented is, business management training, product branding, application of technology and E-Commerce training, tax reporting training, training and application of financial recording systems. Evaluations carried out on partners continue to accompany and monitor target partners to be consistent in implementing the program, as evidenced by an increase in the level of knowledge, skills by 75% and sales increasing by 50%.*

**Keywords:** processed products, pineapple, MSME

## **PENDAHULUAN**

Sebagai negara agraris, Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan berbagai komoditas buah tropis, salah satunya adalah nanas (Winahyu et al., 2022). Komoditas ini tidak hanya memiliki nilai ekonomi tinggi dalam bentuk buah segar, tetapi juga memberikan peluang signifikan melalui pengembangan industri pengolahan(Desa et al., 2022). Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam proses hilirisasi nenas dengan mengubah hasil panen menjadi produk olahan bernali tambah (Sari et al., 2024) Meskipun demikian, UMKM masih menghadapi tantangan utama berupa rendahnya daya saing produk yang relatif seragam di pasar dan pengolahan limbah belum maksimal (Fithry et al., 2021; sembiring sari parca et al., 2025)

Dengan bahan baku yang melimpah dan lokasinya yang strategis, Desa Kualu Nenas menjadi salah satu pusat produksi nanas utama. Meskipun jumlah nanas segar dianggap tinggi, pemanfaatannya melalui berbagai produk olahan masih belum optimal. Banyak produk yang dibuat tidak mewakili identitas lokal atau nilai kearifan lokal (Helilusiatiningsih et al., 2021). Kondisi ini menunjukkan bahwa potensi ekonomi Desa Kualu Nenas belum dieksplorasi secara menyeluruh. Akibatnya, produk olahan nanas dari daerah ini masih tidak dapat bersaing di pasar yang lebih luas yang berfokus pada produk premium.

Di Desa Kualu Nenas terdapat beberapa UMKM yang memproduksi produk olahan nanas, diantaranya Kelompok UMKM KNS Restu dan Rimba Sari. KNS restu berdiri semenjak tahun 2013 yang dipimpin oleh ibu Arisna. Usahanya berfokus pada olahan keripik nanas. Walaupun usaha sudah lama, namun masih tergolong kurang berkembang, dibuktikan dengan tidak adanya manajemen usaha, dan pemasaran melalui mulut kemulut, gerai dan penitipan di toko oleh-oleh. Sehingga usaha kurang maju, dan jangkauan pemasaran hanya sekitar daerah.

Kelompok UMKM Rimba sari berdiri semenjak tahun 2022 dipimpin oleh ibu Wilda. Kelompok ini masih tergolong baru, walaupun demikian Rimba Sari memiliki potensi untuk berkembang seiring dengan manajemen usaha dan

pemasaran yang tepat. Produk olahan nanas pada Rimba Sari yaitu, sirup nanas, cuka nanas, dan stik nanas. Keterbatasan pemasaran dan kemampuan manajemen usaha menyebab rimba sari kurang bersaing dengan UMKM lainnya.

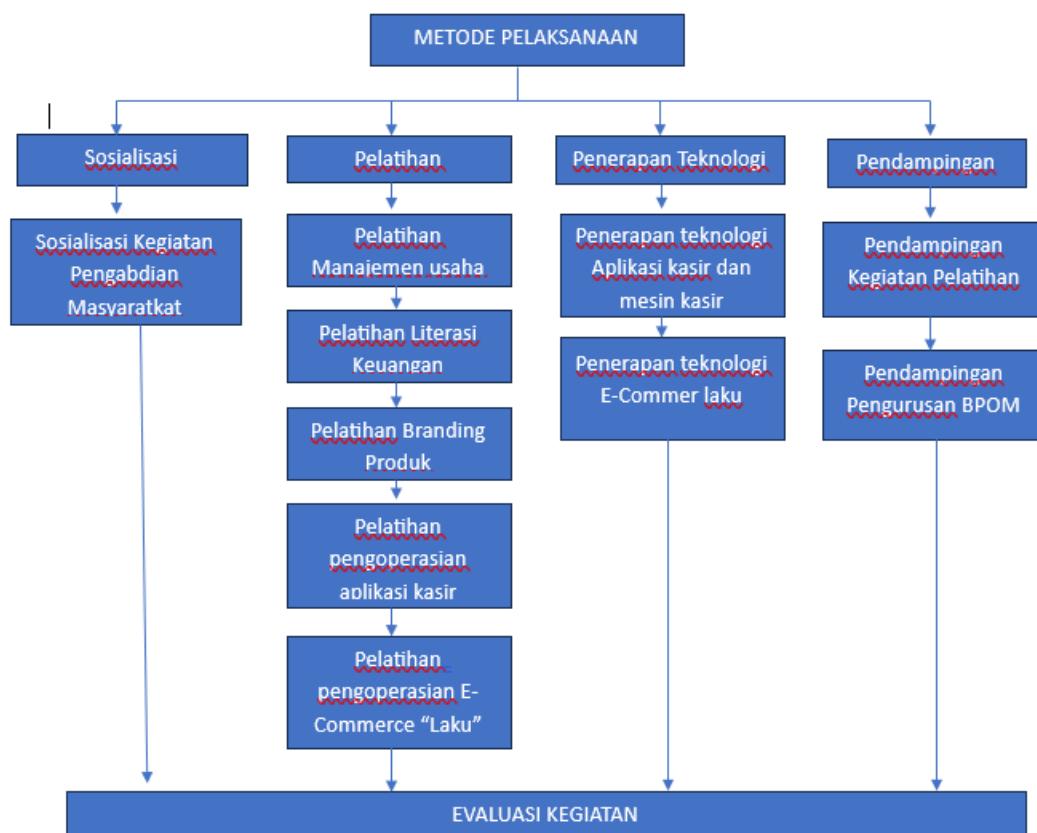
Berdasarkan pemasalahan yang dihadapi oleh KNS Restu dan Rimba sari diperlukannya pendampingan dan pelatihan manajemen usaha, dan pemasaran serta kemampuan untuk meningkatkan mutu produk. Beberapa pelatihan yang akan dilaksanakan seperti, pelatihan manajemen usaha meliputi pelatihan dan penerapan aplikasi kasir, pelatihan dan penerapan aplikasi catatan keuangan, serta pelatihan literasi keuangan dan pelaporan pajak. Selain itu pelatihan pemasaran dengan mengenalkan *E-Commerce* “Laku” untuk media promosi produk produk unggulan daerah riau. Disamping itu pemecahan masalah produksi juga dilakukan dengan menerapkan Standar Operasional Produksi (SOP) untuk mejaga kualitas dan mutu produk.

Tujuan kegiatan ini adalah membantu dan mendampingi para pelaku utama UMKM khususnya KNS Restu dan Rimba Sari, agar UMKM dapat berkembang dan maju jangkauan pasar lebih luas. Manfaatnya meningkatkan penjualan, meningkatkan perekonomian keluarga, dan menciptakan lapangan kerja untuk masyarakat setempat. Pendampingan ini berfokus pada strategi pemasaran digital dan peningkatan kualitas produk untuk memenuhi standar pasar yang lebih tinggi. Dengan demikian, produk-produk unggulan dari kedua UMKM ini diharapkan mampu bersaing tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga nasional. Keberlanjutan program ini akan diukur melalui peningkatan signifikan pada volume transaksi dan adopsi teknologi oleh pelaku UMKM.

## **METODE**

Mitra sasaran pada program ini adalah KNS Restu dan Rimba sari. Pemilik KNS Restu adalah ibu Arisna dengan jumlah anggota sebanyak 10 orang. Rimba sari dengan nama pemilik Ibu Wilda dengan jumlah karyawan sebanyak 7 orang. KNS Restu dan Rimba Sari berada di Desa Kualu Nenas. berfokus pada usaha olahan nanas. Tahap kegiatan dimulai dari pembentukan tim dosen, dan mencari mitra sasaran sesuai dengan topik yang diajukan. Metode dalam kegiatan ini adalah

partisipatif. Kegiatan ini melibatkan partisipasi dari KNS Restu dan Rimba Sari. Partisipasi mitra melalui melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Pendekatan partisipatif merupakan Akurasi dalam mengidentifikasi masalah dapat ditingkatkan secara signifikan dengan menyertakan warga dalam fase perencanaan. Mitra tidak hanya menerima tetapi aktif dalam melaksanakan kegiatan, agar dapat meningkatkan pengetahuan dan pemberdayaan Masyarakat (Febrianty et al., 2024) . Mengingat mitralah yang memiliki pemahaman mendalam mengenai realitas lingkungan dan hambatan yang dihadapi setiap hari Selanjutnya secara rinci tahap tahap metode pelaksanaan dapat dilihat pada gambar 1.



**Gambar 1 Metode dan Tahapan Kegiatan**

Kegiatan ini diikuti langung oleh mitra sarasaran yaitu KNS Restu dan Rimba Sari, kegiatan pertama adalah sosialisasi kegiatan sosialisasi bermaksud untuk menyampaikan tujuan dan serangkaian kegiatan yang akan dilaksanakan. Selanjutnya pelatihan, pada kegiatan ini beberapa pelatihan diadakan untuk mendukung kemajuan usaha mitra. rangkaian pelatihan yang dilaksanakan seperti

yang terlihat pada gambar 1. Kegiatan pelatihan ini sejalan dengan penerapan teknologi yang di hibahkan untuk mitra sasaran, selain itu kegiatan pelatihan juga didampingi oleh tim pelaksana kegiatan. Pendampingan juga dilakukan dalam pengurusan izin BPOM.

Kegiatan berlanjut ketahap evaluasi program. Evaluasi dilaksanakan untuk mengetahu tingkat kepemahaman mitra. Evaluasi program dilaksanakan dengan pengisian angket kuisioner yang disi oleh mitra, kemudian hasil kuisioner akan dinilai oleh tim pelaksana. Selain itu evaluasi program juga dilaksanakan dengan menganalisa laporan ekonomi mitra yang mencakup data aset, omset, dan jangkauan pemasaran sebelum kegiatan yang dibandingkan setelah kegiatan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sebelum melakukan kegiatan pelatihan, pendampingan, dan penerapan teknologi, tim pengabdian mengadakan sosialisasi dan mengatur kesepakatan jadwal dengan mitra sasaran untuk pelaksanaan pelatihan dan penerapan teknologi. Sosialisasi awal ini sangat penting untuk menyamakan persepsi dan memastikan komitmen penuh dari pelaku UMKM dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Selain itu, tim juga melakukan asesmen kebutuhan spesifik setiap mitra untuk menyesuaikan materi dan teknologi yang akan diterapkan agar hasilnya lebih efektif dan tepat sasaran. Setelah sisialisasi dilaksanakan selanjutnya dilaksanaka beberapa kegiatan pelatihan sebagai berikut.

### **Pelatihan Manajemen Usaha**

Kegiatan ini dihadiri oleh mitra sasaran KNS Restu dan Rimba sari yang berjumlah 20 orang. Serta didampingi oleh tim pelaksana dan mahasiswa. Pembicara kegiatan ini adalah bapak Dr. Ir. Achmad Tavip Junaedi. M.M untuk pelatihan manajemen Usaha dan tentang lierasi keuangan usaha da rumah tanggal kegiatan dilaksanakan pada UMKM KNS Restu yang beralamat di Jalan raya bangkinang pekanbaru Km 26.5 Kecamatan Tambang Kabupaten Tambang.

Pelatihan Manajemen usaha fokus materi yang disampaikan perencanaan strategis bisnis, termasuk cara menentukan visi, misi, dan tujuan jangka pendek maupun panjang usaha, serta melakukan analisis pasar dan persaingan untuk

mengidentifikasi peluang. Peserta pelatihan juga dibekali dengan keterampilan dalam manajemen operasional, yang meliputi pengaturan proses produksi atau penyediaan jasa, serta manajemen sumber daya manusia (SDM), termasuk cara merekrut, melatih, dan mempertahankan karyawan yang kompeten. Aspek krusial lainnya adalah manajemen pemasaran dan penjualan, di mana peserta belajar merumuskan strategi pemasaran yang efektif, memanfaatkan saluran digital (jika relevan), serta teknik-teknik meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan (Hardana et al., 2022). pelatihan manajemen usaha dapat dilihat pada gambar 2.



**Gambar 2 Pelatihan Manajemen Usaha**

### **Pelatihan Literasi Keuangan dan Sistem Catatan Keuangan**

Fokus utama pelatihan ini adalah membedakan keuangan pribadi dan bisnis, yang penting untuk pengelolaan yang baik dan melindungi modal. Peserta juga diajarkan cara mencatat keuangan bisnis secara teratur dan membuat tiga jenis laporan keuangan dasar: arus kas, neraca, dan laba/rugi laporan, yang digunakan untuk mengamati untung/rugi, pergerakan modal, aset, dan utang. Sistem manajemen keuangan termasuk ke manajemen akuntasi bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana penerapan sistem akuntansi manajemen dapat meningkatkan kinerja bisnis pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Winahyu et al., 2025, Nurhidayah et al., 2025) . Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memberikan pelaku usaha pengetahuan dan keterampilan praktis yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat, merencanakan keuangan jangka pendek dan panjang, memahami strategi bisnis dan literasi keuangan untuk mencapai tujuan keuntungan bisnis dan pertumbuhan bisnis, dan mengenal lembaga keuangan formal seperti bank, termasuk kredit usaha, tabungan,

dan dompet digital (Alinsari, 2020). Terlihat di gambar 3 peserta pelatihan fokus mengikuti kegiatan.



**Gambar 3 Pelatihan Literasi Keuangan**

### **Pelatihan Pembuatan Konten-Konten Pemasaran dan Branding Produk**

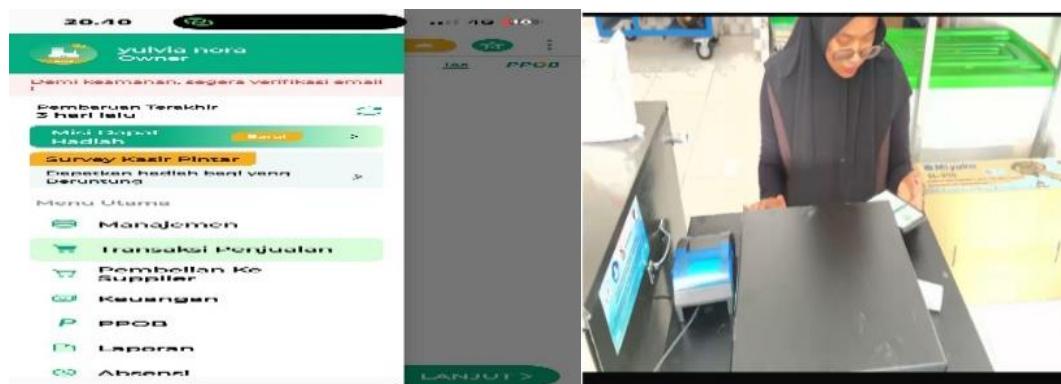
Pelatihan pemasaran dan branding sangat penting untuk UMKM KNS Restu dan Rimba Sari agar dapat memasarkan produk atau layanan mereka secara efektif dan membangun citra merek yang kuat di pasar (Rifianita et al., 2022; Wijaya et al., 2021). Berikut adalah beberapa langkah yang dilakukan dalam pelatihan ini, yaitu Pemahaman Pasar: Melibatkan riset pasar untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan tren pasar terkini. Segmentasi dan Targeting: Menentukan segmen pasar yang tepat dan menargetkan strategi pemasaran yang sesuai. Pentingnya Branding: Mendiskusikan pentingnya citra merek yang kuat dan bagaimana hal itu mempengaruhi persepsi konsumen (Farhas & Ependi, 2022). Membuat Identitas Merek: Membantu KNS Restu dan Rimba sari dalam menentukan nilai-nilai, misi, dan visi merek mereka. Pemasaran Digital: Pelatihan tentang penggunaan media sosial, situs web, dan alat digital lainnya untuk mempromosikan produk atau layanan.



**Gambar 4 Pelatihan Branding Produk**

#### **Pelatihan transaksi menggunakan mesin kasir dan aplikasi kasir**

Sebelum melaksanakan pelatihan untuk pengoperasian Sistem kasir, narasumber ibu Yulvia Nora Marlim, M.Kom mengajarkan dalam menginstal sistem kasir pada smartphone pelaku usaha. Selanjutnya melakukan pelatihan pengoperasian penggunaan sistem kasir modern, mulai dari input barang, transaksi penjualan, hingga cetak struk. Peserta akan praktik langsung mengoperasikan sistem di bawah bimbingan. Aplikasi kasir dan mesin kasir memberikan manfaat yang mampu mengolah stok, mengola laporan penjualan serta meningkatkan loyalitas pada pelanggan (Pangestu & Astutik, 2024) Setelah pelatihan, sistem ini akan diterapkan untuk mempercepat dan mempermudah seluruh proses pembayaran



**Gambar 5 Penerapan dan Pelatihan Aplikasi Kasir**

#### **Pelatihan dan Implementasi Website E-Commerce “ Laku”**

Program selanjutnya adalah pelatihan dan implemtasi Website *E-Commerce* “Laku” Pelatihan dan Penerapan (Implementasi) *E-Commerce* “LAKU” telah sukses diselenggarakan pada KNS Restu dan Rimba sari. Secara fundamental bertujuan untuk memperkuat kemampuan digital dan memperluas akses pasar bagi para

UMKM (Marlim. et al., 2025). Pelatihan menekankan pada penguasaan teknis platform, meliputi manajemen produk, pemrosesan pesanan lengkap, dan taktik pemasaran digital awal. Melalui pendekatan teori dan praktik intensif, diharapkan UMKM dapat mengolah toko mereka. Fase implementasi, dengan pendampingan pribadi, memastikan semua toko siap bertransaksi. Keberhasilan ini juga ditunjukkan oleh peningkatan signifikan pemahaman peserta terhadap faktor-faktor krusial seperti desain visual dan layanan pelanggan. Dibandingkan dengan toko fisik, operasional e-commerce seringkali lebih efisien karena tidak memerlukan biaya sewa lokasi fisik, persediaan fisik yang besar, dan jumlah karyawan yang besar (Marlim. et al., 2023). Website *E-Commerce* “Laku” dapat menciptakan peluang besar untuk menjangkau dan menarik pelanggan (Marlim. et al., 2024). Gambar 6 menunjukkan tampilan awal *E-Commerce* “Laku”.



**Gambar 6 Website E-Commerce Laku Pengurusan dan pendampingan Izin BPOM**

Kegiatan pendampingan Izin BPOM merangkum upaya untuk legalitas produk UMKM, mencakup jumlah pelaku usaha yang didampingi, serta rincian sosialisasi dan evaluasi awal penerapan CPPOB di sarana produksi, termasuk temuan dan rekomendasi perbaikan (Dewi et al., 2024; Sriarumtias, 2020). Kegiatan pendampingan yang dilakukan dimulai dari sosialisasi pengurusan izin BPOM, kemudian persiapan dokumen untuk pengurusan izin BPOM. Tim mendampingi mitra sasaran rimba sari melakukan pendaftaran BPOM untuk produk Sirup Nenas dan Cuka Nenas. Tindak lanjutnya, TIM BPOM sudah melakukan kunjungan dan evaluasi sebanyak 3 kali. Kunjungan pertama dilakukan pada tanggal

30 september 2025, kunjungan pertama piha BPOM mengatakan ruang produksi belum standar BPOM dan perlu dilakukan renovasi dan standarisasi. Kunjungan 2 dilaukan pada tanggal 22 oktober 2025. Kunjungan ke 2 BPOM mengatakan setiap ruangan dan proses harus ada SOP dan Showroom dan ruang produksi harus ada penyekat ruangan dalam bentuk kaca. Kunjungan 3 BPOM pada tanggal 5 November BPOM mengatakan ruangan suds memenuhi satandar dan menggu izi BPOM di terbitkan.



**Gambar 7 Kunjungan BPOM**

Selanjutnya tahap evaluasi terhadap serangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan. Evaluasi keberlanjutan bertujuan untuk mengetahui dampak yang dihasilkan dari kegiatan pelatihan, pendampingan, dan penerapan teknologi (Mulawarman et al., 2024). Evaluasi ini mencakup pengukuran dampak ekonomi, seperti pengukuran peningkatan omset penjualan, peningkatan aset dan efisiensi operasional setelah penerapan teknologi selain itu evaluasi juga mengacakup mengukur tingkat kepuasan mitra terhadap serangkaian kegiatan ini, mitra mengisi daftar kuisinoner yang disiap oleh timpelaksana.

**Tabel 2 Hasil Peningkatan Rimba sari**

<b>RIMBA SARI</b>			
<b>Apek</b>	<b>Sebelum</b>	<b>Sesudah</b>	<b>Capaian</b>
<b>Produksi</b>			
Sirup Nenas	400 Botol	435 Botol	9%
Cuka Nenas	60 Botol	73 Botol	22%
Stik nenas	15 Kg	18 Kg	20%
Ongol Ongol Nenas		200 Pack	100%
<b>Omset</b>	<b>Rp 11,850,000</b>	<b>Rp 15,910,000</b>	<b>34%</b>
<b>Aset</b>	<b>Rp 91,800,000</b>	<b>Rp.221,824,000</b>	<b>15,7%</b>
Tenaga Kerja	8 Orang	9 Orang	12%
<b>Kontrol kualitas dari segi pemasaran</b>			
Daerah	30 %	35 %	10%
Luar Daerah	50 %	55 %	10%
Luar Provinsi	7 %	10 %	4%

**Tabel 3 Hasil Peningkatan KNS Restu**

<b>KNS RESTU</b>			
<b>Aspek</b>	<b>Sebelum</b>	<b>Sesudah</b>	<b>Capaian</b>
<b>Produksi</b>			
Keripik Nenas	1.000 Pcs	1.350 Pcs	35%
<b>Omset</b>	<b>Rp. 18.000.000</b>	<b>Rp. 24.300.000</b>	<b>35%</b>
<b>Aset</b>	<b>Rp.259,050,000</b>	<b>Rp. 14,040,600</b>	<b>21%</b>
Tenaga Kerja	10	11	12%
<b>Kontrol Kualitas Berdasarkan pemasaran</b>			
Daerah	20 %	22%	10.0%
Luar Daerah	60%	65%	8.3%
Luar Provinsi	15%	17%	13.3%



**Gambar 8 Hasil Survei Kepuasan Mitra**

Pada tabel 2 terlihat data peningkatan hasil omset, aset dan pemasaran wilayah pada Rimba Sari. Dapat dilihat omset, aset dan pemasaran sebelum dan sesudah kegiatan mengalami peningkatan omset sebesar 34%, aset sebesar 15,7% dan pemasaran sebesar 24%. Selanjutnya pada Tabel 3 terlihat hasil peningkatakan omset, aset dan pemasaran pada KNS Restu, dimana omset meningkat sebesar 35%, aset 21 % dan pemasaran 31.9%. Selain itu survei juga menunjukkan aspek kepuasan dimana mitra sudah merasa puas dengan pelatihan dan pendampingan yang diberikan oleh tim dengan tingkat kepuasan 4,1% tersajikan pada gambar 8. Hasil dari evaluasi ini akan menjadi dasar untuk merumuskan rekomendasi tindak lanjut guna memastikan bahwa perubahan positif yang telah dicapai dapat dipertahankan dan ditingkatkan secara mandiri oleh mitra.

## **SIMPULAN**

Dari serangkaian kegiatan dapat disimpulkan kegiatan telah berhasil dilaksanakan, dibuktikan dengan adanya peningkatan peningkatan peningkatan yang dirasakan oleh mitra seperti peningkatan omset, asset dan jangkauan pemasaran, selain itu kegiatan ini sangat bermanfaat untuk mitra dan mitra merasa puas dengan tingkat kepuasan rata-rata terhadap pelaksanaan program sebesar 4.4 atau sangat memuaskan. Untuk memastikan keberlanjutan dampak positif ini, mitra diharapkan untuk bisa membentuk koperasi UMKM nanas untuk pengadaan bahan baku secara kolektif dan perluasan akses ke pasar ritel modern. Sehingga dapat berkontribusi untuk memajukan produk unggulan daerah, menciptakan lapangan kerja sehingga dapat membantu perekonomian lingkuan sekitar

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih kami ucapan kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset ucapan terima kasih atas pendanaan yang diberikan untuk program Pemberdayaan Berbasis Kewirausahaan ruang lingkup Pemberdayaan Mitra Usaha Produk Unggulan Daerah (PM-UPUD) dengan nomor kontrak induk 389/CE/DT.05.00/PM-

MULTITAHUN/2025 kontrak turunan 001/ll.17/DT.05.00/PM-  
MULTITAHUN/2025

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alinsari, N. (2020). Peningkatan Literasi Keuangan pada UMKM melalui Pelatihan dan Pendampingan Pembukuan Sederhana. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 01(Desember), 256–268.
- Desa, D., Kecamatan, B., Kabupaten, N., Oleh, K., Helilusiatiningsih, N., Astoko, P., Winahyu, N., & Shobirin, R. A. (2022). Pemberdayaan UMKM Dan Mentoring Teknologi Produk Olahan Nanas Di Desa Babadan Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri Jurnal Abdiraja. 5(1).
- Dewi, C. S., Fianty, M. I., & Saputri, F. R. (2024). Inovasi Manajemen Melalui Pelatihan Pendaftaran Label BPOM dan Halal bagi Produk UMKM Kuliner Desa Legok Kabupaten Tangerang. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 5(1), 83.
- Farhas, R. J., & Ependi, Z. (2022). Digital Marketing And Branding Analysis : Competitive Advantages Of Small Medium Enterprise Post-Covid-19. In *Journal Of Engineering Science And Technology Management* (Vol. 2, Issue 1).
- Febrianty, Y., Awaludin, D. T., Safar, Muh., Kraugusteeliana, K., & Suseno, S. (2024). Digital Skills Improvement for SMEs in Rural Areas for Online Marketing. *Unram Journal of Community Service*, 5(3), 195–200.
- Fithry, D. A., Vitriana, N., & M Nurdin. (2021). Pemberdayaan Ekonomi Desa Pagaruyung Dalam Upaya Optimalisasi Produksi Produk Olahan Nanas Serta Manajemen Limbah Pasca Produksi. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 5(2), 73–78.
- Hardana, A., Nasution, far, Damisa, A., & Syahada Padangsidimpuan, U. (2022). *Pelatihan Manajemen Usaha Dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuliner* (Vol. 01, Issue 01).
- Helilusiatiningsih, N., Soenyoto, E., Habibi, I., & Lisnanti, E. F. (2021). Mentoring dan Sosialisasi Teknologi Pengemasan Olahan Nanas di Desa Babadan Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri. *Cendekia : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 75.
- Marlim, Y. N. H. (2023). Perancangan Website Profile Company Terintegrasi Vessel Finder Untuk Pelacakan Kapal. *Jurnal Mahasiswa Aplikasi Teknologi Komputer Dan Informasin*, 5(3), 174–179.
- Marlim, Y. N., Susanti, W., Wijaya, E., & Yani No 78 -88, A. (2024). *Optimalisasi Komersial Produk Olahan Rumah Tangga Kelompok Usaha Wanita Melati Untuk Meningkatkan Perekonomian*. 08(03), 2024–2598.

- Marlim, Y. N., William, W., Susanti, W., Fadrul, F., Nicholas Renaldo, Musa, S., & Wahid, N. (2025). Designing Startup Application “LaKu” for MSME in Riau Based on Android. *Journal of Applied Business and Technology*, 6(2), 125–134.
- Mulawarman, L., Jatmiko Jati, L., Chotibul, M., Assa’ady, U., Anggara, B., & Sulastri, S. (2024). *Pendampingan Dan Evaluasi Kegiatan Wirausaha Mahasiswa Pada Event Arrc Mandalika*.
- Nurhidayah, N., Safitri, M., & Badollahi, I. (2025). Penerapan Sistem Akuntansi Manajemen Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Advances in Management & Financial Reporting*, 3(2), 180–198.
- Pangestu, S. D., & Astutik, I. R. I. (2024). Rancang Aplikasi Kasir Toko Kelontong Berbasis Website Menggunakan Metode Waterfall. *JIPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 9(1), 125–135.
- Rifianita, V., Falah, R. M., Pangestu, S., & Metasari, A. (2022). Pelatihan Branding Produk UMKM Dan Digital Branding Kerupuk Kulit “RAMBAKKU.” *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LP UMJ*.
- Sari, C. M., Aini, K. N., Syanturi, H. T., Pertiwi, A. M., Sholekah, A. W., Azzulva, A., Rohmatika, R. M., Ningsih, T. W., Anam, C., & Kediri, I. (2024). *Pendampingan UMKM Candaria dalam Branding dan Promosi Produk Olahan Nanas melalui Media Sosial*.
- Sembiring sari parca, sri desi, Dayu, W., & Handoko, W. (2025). Sosialisasi Pemanfaatan Nenas dan Limbah Nenas Untuk Peningkatan Usaha Keluarga di Kelurahan Pulo Brayan Bengkel baru. *Abdimas Hawari*, 5(1), 58–67.
- Sriarumtias, F. F. (2020). Edukasi Masyarakat Terkait Kosmetika Aman Di Desa Cidatar Kabupaten Garut Jawa Barat. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4, 177–185.
- Wijaya, Evelyn Octafilia, Yusnita Junaedi, Tavip Achmad, Pinso, S. (2021). Variasi Produk, Harga dan layanan Purna Jual Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian pada Sinar Sukses Bersama. *Kurs : Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 6(2), 156–164.
- Winahyu, N., Agustin, F., & Angesti, S. D. (2022). Pelatihan Manajemen Keuangan pada UMKM Produk Olahan Nanas di Desa Babadan Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri. *Agrokreatif*, 8(3).