Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global
Volume 5, Nomor 3, Agustus 2026
E-ISSN: 2962-0848; P-ISSN: 2964-5271, Hal. 166-178
DOI: https://doi.org/10.30640/cakrawala.v5i3.7761
Tersedia: https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Cakrawala

Pemberdayaan UMKM Crubie Cookie melalui Inovasi Cookies Sehat Berbasis Pangan Lokal Guna Perluasan Segmen Konsumen

Empowering Crubie Cookie MSME through Healthy Cookie Innovation Based on Local Food Resources to Expand Consumer Segments

Rachmawaty M. Noer[1*], Septi Maisyaroh Ulina Panggabean[2], Yolanda Safitri Nelaz[3], Lisvia Najla[4], Maselvi Ardhillah Nursyiam[5]

[1]Program Studi Profesi Ners, Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Awal Bros, Indonesia
[2]Program Studi Sarjana Kebidanan Dan Pendidikan Profesi Bidan, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Awal Bros, Indonesia
[3]Program Studi Akuntansi, Fakultas Teknologi Kreatif dan Ekonomi, Universitas Awal Bros, Indonesia
[4]Program Studi Fisioterapi, Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Awal Bros, Indonesia
[5]Program Studi Ilmu Keperawatan, Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Awal Bros, Indonesia
**Penulis Korespondensi: rachmawatymnoer1977@gmail.com*

Riwayat Artikel:
Naskah Masuk: 17 Juni 2026;
Revisi: 20 Juli 2026;
Diterima: 25 Agustus 2026;
Terbit: 31 Agustus 2026

Keywords: *Cookies Health; Crubie Cookie; Digital Marketing; Local Food; Purple Sweet Potato.*

Abstract. *Crubie Cookie MSME is a micro-enterprise in Dumai City that produces cookies using household equipment, with limited production capacity, inconsistent product quality, and conventional marketing practices. These conditions indicate opportunities for business development through the utilization of local food resources, particularly purple sweet potato and oatmeal, as raw materials for healthy cookies with added value. This community empowerment program aims to increase the production capacity and competitiveness of Crubie Cookie MSME through healthy cookie product innovation, production process standardization, branding enhancement, and digital marketing. The program was implemented through several stages, including identifying the partner's needs, developing healthy cookie variants, implementing appropriate technology, preparing standard operating procedures, providing branding and packaging training, conducting product photography, and providing digital marketing assistance. The partner was actively involved in all stages of planning, implementation, and evaluation. Through an integrated approach covering both production and marketing aspects, this program is expected to enhance the independence and sustainability of Crubie Cookie MSME as a competitive healthy cookie business based on local food resources.*

Abstrak

UMKM Crubie Cookie merupakan usaha mikro di Kota Dumai yang memproduksi cookies menggunakan peralatan rumah tangga dengan kapasitas produksi yang masih terbatas, mutu produk yang belum konsisten, serta pemasaran yang masih dilakukan secara konvensional. Kondisi tersebut menunjukkan adanya potensi pengembangan usaha melalui pemanfaatan pangan lokal, khususnya ubi jalar ungu dan oatmeal, sebagai bahan baku cookies sehat yang memiliki nilai tambah. Kegiatan pemberdayaan masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan daya saing UMKM Crubie Cookie melalui inovasi produk cookies sehat, standarisasi proses produksi, penguatan *branding*, dan pemasaran digital. Pelaksanaan program dilakukan melalui beberapa tahapan, meliputi identifikasi kebutuhan mitra, pengembangan varian cookies sehat, penerapan teknologi tepat guna, penyusunan standar operasional prosedur, pelatihan *branding* dan kemasan, foto produk, serta pendampingan pemasaran digital. Mitra dilibatkan secara aktif dalam seluruh tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan. Melalui pendekatan terintegrasi dari aspek produksi hingga pemasaran, program ini diharapkan dapat meningkatkan kemandirian dan keberlanjutan UMKM Crubie Cookie sebagai usaha cookies sehat berbasis pangan lokal yang berdaya saing.

Kata Kunci: Cookies Sehat; Crubie Cookie; Digital Marketing; Pangan Lokal; Ubi Jalar Ungu.

1. LATAR BELAKANG

UMKM merupakan salah satu upaya mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan menciptakan lapangan kerja. Usaha kreatif mampu memberikan alternatif yang baik untuk mengurangi bahkan secara bertahap mampu menghapuskan angka pengangguran yang semakin membesar sehingga dengan adanya usaha kreatif yang di terapkan melalui *entrepreneurship* ketahanan terhadap krisis ekonomi mampu ditopang dan dapat menampung pekerja dalam suatu unit usaha (Nurhasanah et al., 2025). Namun, banyak UMKM bidang pangan masih menghadapi keterbatasan dalam inovasi produk dan strategi pemasaran sehingga daya saing usaha relatif rendah dan sulit menjangkau segmen konsumen yang lebih luas. Kondisi ini juga dialami oleh UMKM Crubie Cookies yang masih memproduksi cookie konvensional dengan variasi produk terbatas dan pemasaran yang belum optimal. Berdasarkan State of Snacking (2024), kebiasaan mengonsumsi camilan telah menjadi bagian penting dari pola konsumsi masyarakat Indonesia. Rata-rata masyarakat Indonesia mengonsumsi camilan sebanyak tiga kali sehari, lebih tinggi dibandingkan konsumsi makanan utama yang rata-rata dua kali sehari (Ridwan, 2025). Selain itu, 73% responden menyatakan bahwa mereka tidak dapat hidup tanpa camilan, sementara 89% menyatakan memiliki loyalitas terhadap camilan atau merek camilan tertentu. Hal tersebut juga diikuti dengan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap konsumsi pangan sehat dan produk berbasis bahan lokal. Perubahan preferensi konsumen ini membuka peluang pasar baru bagi UMKM pangan untuk mengembangkan produk inovatif yang tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga memiliki nilai kesehatan dan keberlanjutan. Selain aspek produk, keterbatasan pada sisi pemasaran juga menjadi tantangan utama. UMKM Crubie Cookies masih memasarkan produk secara konvensional dengan kemasan sederhana, sehingga belum mampu membangun diferensiasi produk dan memperluas segmen konsumen, khususnya konsumen yang peduli terhadap aspek kesehatan. Tanpa adanya inovasi produk dan strategi pemasaran yang tepat, potensi peningkatan omzet dan keberlanjutan usaha sulit dicapai. Secara geografis wilayah, Kota Dumai merupakan kota strategis di Provinsi Riau yang terletak di pesisir timur Pulau Sumatra dan berhadapan langsung dengan Selat Malaka.

Kota Dumai berada pada posisi ±1°23’ Lintang Utara dan 101°23’ Bujur Timur, dengan luas wilayah sekitar ±2.000 km² yang terdiri atas wilayah daratan dan perairan. Kota Dumai berbatasan langsung dengan Selat Malaka di sebelah utara, Kabupaten Bengkalis di sebelah selatan dan timur, serta Kabupaten Rokan Hilir di sebelah barat. Letak geografis ini menjadikan Dumai sebagai kota pelabuhan serta pusat perdagangan, industri, dan jasa yang memiliki peran penting dalam perekonomian regional. Kondisi tersebut memberikan potensi peluang besar

bagi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya yang berbasis pangan lokal. Oleh karena itu, kegiatan pendampingan menjadi penting untuk membantu UMKM dalam mengembangkan inovasi produk cookie sehat berbasis pangan lokal, meningkatkan kapasitas produksi, serta memperkuat strategi pemasaran guna memperluas segmen konsumen. Pendampingan ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan output produksi, tetapi juga pada peningkatan kemampuan mitra agar mampu mengelola usaha secara lebih mandiri dan berdaya saing. Segmentasi konsumen utama berada pada rentang usia dewasa muda hingga dewasa, yang mengonsumsi cookies sebagai cemilan harian. Ditinjau dari aspek hulu, Crubie Cookie menggunakan bahan baku yang relatif mudah diperoleh di wilayah Dumai dan sekitarnya, serta menerapkan metode produksi pemanggangan yang lebih sehat dibandingkan produk cemilan berbasis gorengan. Proses produksi masih dilakukan menggunakan peralatan sederhana dengan skala rumah tangga, tanpa standar operasional prosedur (SOP) tertulis, sehingga konsistensi mutu produk dan efisiensi produksi belum optimal. Pada aspek ini perlu pendampingan bagi UMKM Crubie Cookie untuk dapat memanfaatkan pangan lokal yag ada di Kota Dumai yaitu ubi jalar ungu dan tepung oatmeal sehingga cemilan ini menjadi cemilan sehat dengan pangsa pasar yang lebih luas. Ubi jalar ungu mampu meningkatkan kandungan gizi, asam amino esensial, mineral, asam lemak baik, vitamin, dan aktivitas antioksidan sehingga berpotensi digunakan sebagai pangan fungsional yang lebih sehat dan bernilai tambah tinggi (Pasaribu et al., 2025). Ubi jalar ungu mengandung antosianin dalam jumlah tinggi, yang memiliki potensi sebagai agen pengobatan untuk menangani diabetes melalui mekanisme anti inflamasi dan peningkatan sensitivitas insulin sehingga dapat diolah menjadi produk yang mendukung diet penderita diabetes. Dengan kandungan seratnya yang tinggi, ubi jalar kuning sangat cocok untuk digunakan dalam program diet sehat yang berfokus pada pencernaan

Pada aspek hilir, permasalahan utama terletak pada belum optimalnya *positioning* produk sebagai cemilan sehat. Produk Crubie Cookie belum dilengkapi dengan informasi nilai gizi, komposisi bahan, maupun klaim kesehatan yang terukur, sehingga belum mampu menyasar segmen konsumen yang memiliki kebutuhan khusus, seperti penderita diabetes dan hipertensi. Kemasan produk masih sederhana dan belum mencerminkan identitas merek serta keunggulan produk sebagai cemilan sehat. Permasalahan ini sering terjadi pada usaha kecil atau mikro yang juga sering disebut sebagai usaha/industri rumahan (Ni & Al-Baarri, 2020).

Selain itu, strategi *branding* dan pemasaran digital belum dikembangkan secara sistematis, sehingga jangkauan pasar masih sempit dan nilai tambah produk belum maksimal. Meskipun demikian, Crubie Cookie memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai

produsen cemilan sehat berbasis pangan lokal. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pola konsumsi sehat membuka peluang pasar yang signifikan bagi produk cookies dengan kandungan gula dan lemak yang lebih terkontrol serta tanpa bahan pengawet berbahaya. Di samping itu Ubi ungu *(Ipomoea batatas L.)* merupakan sumber pangan lokal yang mudah ditanam dan memiliki nilai nutrisi tinggi, terutama mengandung antosianin, serat, vitamin A, vitamin C, serta mineral seperti kalsium, fosfor, dan zat besi (Salsa et al., 2025). Potensi ini menjadi dasar penting untuk dilakukan intervensi pemberdayaan yang terarah.

Berdasarkan kondisi eksisting tersebut, program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat menjadi sangat penting untuk mendorong transformasi UMKM Crubie Cookie menuju UMKM cemilan sehat yang berdaya saing. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diusulkan dalam bentuk Pemberdayaan UMKM Crubie Cookie melalui inovasi produk cookies sehat berbasis pangan lokal dan perluasan segmen konsumen melalui penguatan aspek produksi dan pemasaran. Program ini diarahkan untuk menghasilkan produk cookies sehat yang dapat menjadi alternatif cemilan bagi masyarakat umum dengan berbagai usia yang peduli akan kesehatan.

UMKM Crubie Cookie melakukan proses produksi secara manual menggunakan peralatan dapur rumah tangga dengan metode pemanggangan dengan kapasitas produksi yang terbatas dan belum didukung standar operasional prosedur, sehingga efisiensi proses dan konsistensi mutu produk belum optimal. Distribusi dan pemasaran produk dilakukan secara langsung kepada konsumen melalui pemesanan personal dan pemanfaatan media sosial pribadi tanpa strategi pemasaran terencana dengan baik. Tujuan utama kegiatan ini adalah mendorong UMKM agar mampu menghasilkan produk olahan pangan yang memiliki nilai tambah, mutu yang konsisten, serta mampu menjangkau segmen konsumen yang lebih luas secara berkelanjutan.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM Crubie Cookie di Kota Dumai, Provinsi Riau, sebagai mitra ekonomi produktif yang bergerak pada bidang pengolahan pangan. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif, dengan melibatkan mitra secara aktif sejak tahap identifikasi dan penentuan permasalahan, pelaksanaan pelatihan dan praktik, penerapan teknologi, hingga evaluasi dan keberlanjutan program. Volume kegiatan disesuaikan dengan skala usaha dan kemampuan mitra serta difokuskan pada permasalahan prioritas pada aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran.

Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dirancang secara sistematis melalui lima tahapan utama, yaitu sosialisasi program, pelatihan, penerapan teknologi dan inovasi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program.

Sosialisasi dan pemetaan awal

Tahap awal dilakukan pemetaan terhadap permasalahan dan kondisi awal usaha. Pada tahap ini dilakukan diskusi tim dan pemetaan kondisi awal usaha untuk menyepakati permasalahan prioritas yang akan ditangani, meliputi keterbatasan kapasitas dan konsistensi produksi, manajemen usaha yang masih sederhana, serta pemasaran yang belum optimal.

Pelatihan dan peningkatan kapasitas

Pelatihan dilakukan melalui praktik langsung agar mitra mampu menerapkan tahapan produksi secara konsisten. Pada aspek pemasaran, pelatihan mencakup penguatan identitas merek, strategi promosi sederhana, pengelolaan media sosial, serta pemanfaatan *marketplace*. Mitra juga diberikan pendampingan dalam penggunaan promosi digital melalui media sosial untuk meningkatkan jangkauan dan visibilitas produk.

Penerapan teknologi dan inovasi

Penerapan teknologi dilakukan melalui penggunaan peralatan produksi pendukung, penerapan SOP sebagai teknologi manajemen mutu sederhana, serta pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Peralatan yang diterapkan meliputi oven dan mesin *sealer* untuk mendukung efisiensi serta konsistensi proses produksi cookies sehat. Teknologi tersebut disesuaikan dengan skala usaha dan kemampuan mitra sehingga dapat digunakan secara berkelanjutan. Inovasi produk dilakukan melalui pengembangan cookies berbasis pangan lokal, yaitu ubi jalar ungu dan tepung oatmeal. Pengembangan ini diarahkan untuk menghasilkan varian produk baru sekaligus meningkatkan nilai tambah produk Crubie Cookie.

Pendampingan dan evaluasi

Pendampingan dilakukan secara intensif selama pelaksanaan program untuk memastikan hasil pelatihan dan teknologi dapat diterapkan oleh mitra. Pendampingan meliputi penerapan SOP, penggunaan peralatan produksi, penerapan hasil inovasi produk, serta pengelolaan pemasaran digital. Evaluasi dilakukan secara berkala melalui observasi langsung, diskusi dengan mitra, dan perbandingan kondisi usaha sebelum dan sesudah program. Indikator yang digunakan meliputi kapasitas produksi, konsistensi mutu produk, omzet penjualan, serta pemanfaatan pemasaran digital. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk melakukan perbaikan terhadap pelaksanaan program.

3. HASIL

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui program pemberdayaan UMKM Crubie Cookies dengan inovasi produk cookie sehat berbasis pangan lokal untuk memperluas segmen konsumen. Kegiatan difokuskan pada peningkatan kapasitas mitra dalam aspek produksi dan pemasaran melalui pengembangan produk cookies berbahan dasar ubi jalar ungu yang dikombinasikan dengan tepung oatmeal, penerapan standarisasi resep dan produksi, serta penguatan strategi pemasaran. UMKM Crubie Cookies merupakan kelompok industri rumah tangga yang bergerak dalam pengolahan pangan dan berlokasi di Kota Dumai. Kegiatan ini melibatkan tim pengabdian, mahasiswa, serta mitra Crubie Cookies sebagai sasaran utama pemberdayaan.

Peserta yang terlibat dalam kegiatan ini terdiri dari pekerja UMKM dan juga melibatkan anggota kelompok pengabdian sebagai pelaksana kegiatan mulai dari tahap persiapan, pelaksanaan dan hingga proses produksi.



Gambar 1. Varian Cookies.



Gambar 2. Diskusi Tim Pengabdi.

Pada tahap pembuatan *cookies*, pertama-tama dilakukan persiapan bahan berupa ubi jalar ungu, tepung oatmeal, gula, margarin, telur, dan bahan pendukung lainnya. Ubi jalar ungu terlebih dahulu dipersiapkan hingga siap digunakan sebagai bahan dasar adonan. Selanjutnya, margarin dan gula dicampurkan hingga merata, kemudian ditambahkan telur dan diaduk hingga

seluruh bahan tercampur. Setelah itu, ubi jalar ungu dan tepung oatmeal dimasukkan secara bertahap ke dalam adonan dan diaduk hingga membentuk adonan *cookies* yang homogen. Adonan kemudian dibentuk sesuai ukuran yang telah ditentukan dan disusun pada loyang. Selanjutnya, adonan dipanggang hingga matang. Setelah matang, *cookies* dikeluarkan dari oven dan didiamkan hingga dingin sebelum dilakukan pengemasan. Seluruh proses pembuatan dilakukan dengan memperhatikan takaran bahan, proses pencampuran, pembentukan adonan, dan waktu pemanggangan agar diperoleh *cookies* dengan kualitas dan tekstur yang konsisten.

Berdasarkan hasil pengamatan selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap materi yang disampaikan. Hal ini terlihat dari respon positif peserta terhadap rasa, tampilan , serta konsep penyajian makanan yang dinilai praktis. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan pemahaman kepada peserta mengenai inovasi cookies berbahan dasar pangan lokal yang mudah ditemui dan mengandung banyak manfaat. Kegiatan ini mencerminkan keberhasilan pendekatan pemberdayaan masyarakat yang tidak hanya meningkatkan aspek kognitif, tetapi juga inovasi dan kreatifitas peserta. Pendekatan ini sejalan dengan konsep pemberdayaan masyarakat yang menekankan pada peningkatan kapasitas individu untuk mandiri dan produktif (Annisa & Hujjatusnaini, n.d.). Kegiatan ini juga berkontribusi dalam pelestarian pangan tradisional melalui inovasi bahan baku, sehingga mampu menjembatani antara nilai budaya dan kebutuhan ekonomi modern.



Gambar 3. Penyuluhan dan Pendampingan Kegiatan.



Gambar 4. Penyuluhan dan Pendampingan Kegiatan.

Pemilihan ubi jalar ungu sebagai bahan baku inovasi didasarkan pada potensinya sebagai bahan pangan bernilai fungsional dan sumber senyawa bioaktif. Dalam penelitian Pasaribu et al. (2025) menunjukkan bahwa tepung ubi jalar ungu memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai bahan pangan fungsional. Penggunaan ubi jalar ungu dalam formulasi cookies juga telah dikaji oleh Pramudito et al. (2024) yang menunjukkan bahwa tepung ubi jalar ungu dapat digunakan sebagai bahan substitusi dalam pembuatan oatmeal cookies. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Noer et al. (2025) yang mengembangkan ubi jalar ungu menjadi cookies sebagai alternatif makanan selingan. Pengembangan produk melalui pemanfaatan bahan pangan lokal juga merupakan bagian dari strategi peningkatan kapasitas dan kreativitas pelaku usaha. Ramadhani et al. (2025) menekankan bahwa pengembangan keterampilan kewirausahaan dan inovasi produk dapat meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menghasilkan produk kreatif yang memiliki nilai guna dan nilai ekonomi.

Penguatan identitas merek dan kualitas produk menjadi bagian penting dalam pengembangan UMKM karena kedua aspek tersebut dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kualitas produk, citra merek, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ardiyansyah & Purnama, (2024) sehingga pengembangan desain kemasan dan identitas merek Crubie Cookie dilakukan untuk memperkuat *positioning* produk sekaligus mengkomunikasikan keunggulan cookies berbasis pangan lokal kepada konsumen. Pemanfaatan media digital juga dilakukan untuk memperluas jangkauan pemasaran. Pendampingan diarahkan pada penggunaan media sosial bisnis dan *marketplace*, penyusunan konten promosi, pengelolaan katalog produk, serta pemanfaatan fitur promosi digital. Penguatan kemampuan pengelolaan data penjualan juga penting bagi UMKM untuk

mendukung evaluasi perkembangan usaha dan pengambilan keputusan pemasaran (Adha et al., n.d.)

4. DISKUSI

Permasalahan pada UMKM Crubie Cookie menunjukkan bahwa peningkatan daya saing usaha perlu dilakukan secara terintegrasi, tidak hanya melalui peningkatan produksi tetapi juga melalui inovasi produk, standardisasi mutu, *branding*, dan pemasaran. Kondisi awal mitra berupa penggunaan peralatan rumah tangga, belum tersedianya SOP tertulis, dan belum adanya formulasi baku menunjukkan perlunya intervensi pada aspek hulu usaha.

Inovasi Produk Berbasis Pangan Lokal

Pengembangan cookies berbasis ubi jalar ungu dan tepung oatmeal merupakan bentuk diversifikasi produk yang dapat memberikan karakter pembeda bagi Crubie Cookie. Ubi jalar ungu berpotensi dimanfaatkan sebagai bahan pangan bernilai tambah karena kandungan komponen bioaktif dan gizinya (Pasaribu et al., 2025). Pemanfaatan ubi jalar ungu dalam pengembangan cookies juga telah dilaporkan sebagai alternatif produk makanan ringan, sehingga pendekatan tersebut memiliki relevansi dengan pengembangan produk Crubie Cookie (Noer et al., 2022).

Pramudito et al. (2024) juga mengembangkan oatmeal cookies dengan penggunaan tepung ubi jalar ungu sebagai substitusi tepung terigu. Temuan tersebut memperkuat dasar pemilihan ubi jalar ungu dan oatmeal sebagai bahan pengembangan produk Crubie Cookie. Dengan demikian, inovasi yang dilakukan tidak hanya diarahkan untuk menambah variasi produk, tetapi juga untuk membangun diferensiasi melalui pemanfaatan bahan pangan lokal.

Standardisasi Produksi dan Teknologi Tepat Guna

Belum tersedianya SOP menjadi salah satu permasalahan prioritas mitra. Program diarahkan untuk menghasilkan dokumen SOP, formulasi baku, dan standar mutu produk sehingga proses produksi dapat dilakukan secara lebih konsisten.

Penerapan peralatan produksi seperti oven dan mesin *sealer* juga dirancang sebagai teknologi tepat guna yang disesuaikan dengan skala usaha. Pendekatan serupa digunakan dalam pengembangan UMKM pangan melalui diseminasi teknologi tepat guna yang disertai pelatihan dan pendampingan, dengan tujuan meningkatkan kemampuan pengolahan dan kualitas produk (Tethool et al., 2024). Oleh karena itu, penerapan teknologi pada Crubie Cookie perlu diarahkan tidak hanya pada penggunaan alat, tetapi juga pada kemampuan mitra mengoperasikan dan mempertahankan teknologi tersebut secara mandiri.

Branding dan Pemasaran Digital

Permasalahan pada aspek pemasaran menunjukkan bahwa produk Crubie Cookie membutuhkan penguatan identitas merek dan perluasan kanal pemasaran. Kondisi awal mitra masih menunjukkan pemasaran langsung dan pemanfaatan media sosial pribadi tanpa strategi pemasaran yang terencana.

Budiarti et al. (2024) menunjukkan bahwa pelatihan digital *marketing* dapat meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan *marketplace* untuk pemasaran produk. Haryani et al. (2024) juga menunjukkan bahwa digital *marketing* dapat digunakan sebagai bagian dari strategi *branding* untuk memperkuat citra produk dan memperluas jangkauan pasar. Sementara itu, Fahlevie et al. (2024) menekankan pentingnya pelatihan dan pendampingan dalam pengembangan identitas merek serta strategi pemasaran digital bagi UMKM yang masih menggunakan pemasaran tradisional.

Hubungan antara inovasi produk dan digital *marketing* juga penting diperhatikan. Yanti et al. (2024) menemukan bahwa digital *marketing* berpengaruh terhadap kinerja UMKM dan dapat memediasi hubungan inovasi produk dengan kinerja usaha. Hal tersebut mendukung pendekatan Crubie Cookie yang menggabungkan pengembangan produk baru dengan strategi pemasaran digital, karena inovasi produk akan lebih optimal apabila keunggulannya dapat dikomunikasikan kepada konsumen melalui kanal pemasaran yang sesuai.

Pemberdayaan dan Keberlanjutan Mitra

Pendekatan program menggunakan partisipasi aktif mitra dalam proses perencanaan, pelatihan, praktik produksi, penerapan SOP, pengelolaan pemasaran, dan evaluasi. Pendekatan tersebut bertujuan agar perubahan yang dihasilkan tidak berhenti pada pemberian alat atau pelaksanaan pelatihan, tetapi dapat diterapkan secara mandiri oleh mitra.

Keberlanjutan menjadi penting karena tujuan akhir pemberdayaan adalah peningkatan kapasitas mitra. Mitra diarahkan untuk mampu menerapkan SOP produksi, melakukan pencatatan usaha, dan mengelola pemasaran digital secara mandiri setelah pendampingan berakhir. Pendekatan pendampingan yang berkelanjutan juga relevan dengan kegiatan pemberdayaan UMKM lain yang menggabungkan pelatihan, penerapan teknologi, dan pendampingan sebagai bagian dari proses penguatan kapasitas usaha (Asri et al., 2024).

Secara keseluruhan, pemberdayaan Crubie Cookie diarahkan pada integrasi antara inovasi produk berbasis pangan lokal, standardisasi produksi, penerapan teknologi tepat guna, dan penguatan pemasaran digital. Kombinasi tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah produk, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat kemandirian dan keberlanjutan usaha mitra.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan UMKM Crubie Cookies melalui inovasi cookies sehat berbasis ubi jalar ungu dan tepung oatmeal dapat menjadi salah satu upaya dalam meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk pangan lokal. Inovasi produk tidak hanya menghasilkan variasi cookies yang lebih beragam, tetapi juga mendorong pemanfaatan bahan pangan lokal menjadi produk olahan yang memiliki potensi ekonomi lebih tinggi. Inovasi pemanfaatan ubi jalar ungu dalam bentuk cookies merupakan salah satu inovasi untuk memudahkan masyarakat mengonsumsi ubi jalar ungu (Noer et al., 2022). Pemanfaatan ubi jalar ungu yang dikombinasikan dengan tepung oatmeal tidak hanya menghasilkan produk pangan yang lebih beragam, tetapi juga menjadi bentuk diversifikasi dan optimalisasi pemanfaatan pangan lokal menjadi produk olahan yang memiliki nilai tambah (Pasaribu et al., 2025). Kegiatan pendampingan juga memberikan penguatan kepada mitra dalam aspek produksi dan pemasaran, terutama melalui penerapan standarisasi resep dan proses produksi, pengembangan kemasan dan *branding*, serta pemanfaatan pemasaran digital. Integrasi berbagai aspek tersebut mendukung peningkatan kapasitas mitra dalam mengembangkan usaha secara lebih terarah, mandiri, dan berkelanjutan. Pemanfaatan inovasi produk, kualitas produk, citra merek, dan strategi pemasaran juga menjadi faktor yang penting dalam memperluas peluang penerimaan produk oleh konsumen (Ardiyansyah & Purnama, 2024).

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian serupa diharapkan dapat terus dikembangkan melalui pendampingan berkelanjutan, khususnya dalam inovasi produk berbasis pangan lokal, peningkatan mutu, penguatan pemasaran digital, dan pengembangan kapasitas usaha. Dengan demikian, UMKM Crubie Cookies diharapkan mampu mempertahankan keberlanjutan usaha sekaligus meningkatkan pemanfaatan pangan lokal dan memberikan kontribusi terhadap pengembangan ekonomi masyarakat.

PENGAKUAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi atas pendanaan yang diberikan melalui Program Hibah Pengabdian kepada Masyarakat Skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat Tahun Anggaran 2026. Terima kasih juga disampaikan kepada LPPM Universitas Awal Bros dan UMKM Crubie Cookie atas dukungannya selama kegiatan berlangsung. Apresiasi turut disampaikan kepada seluruh pihak yang telah

memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan program ini.

DAFTAR REFERENSI

Aini Syarah Ramadhani, A. S. R., Shalwa Fitra Ramadhina, S. F. R., Vivianita Anggun Lestari, V. A. L., Nenih Nurhasanah, N. N., Fitriani Sri Rahayu, F. S. R., Nabila Asyifa, N. A., … Neni, N. (2025). Pemberdayaan masyarakat sebagai upaya pengendalian hipertensi melalui Gerakan Edukasi dan Pemanfaatan Inovasi Bunga Telang (GEMILANG). *Sevaka: Hasil Kegiatan Layanan Masyarakat, 3*(1), 51–60. https://doi.org/10.62027/sevaka.v3i1.295

Alessandra Salsa, A. S., Anadza Wafiqotul Azizah, A. W. A., Dinda Aisyarini, D. A., Erlangga Agustinus, E. A., Ferdi Nata, F. N., Liska Virgiawati Aji Rabbani, L. V. A. R., … Muhammad Fauzi, M. F. (2025). Sosialisasi pemanfaatan ubi jalar ungu untuk bahan utama puding ubi ungu sebagai makanan tambahan dalam pencegahan stunting bagi balita di Desa Rancamulya Kecamatan Sumedang Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan, 4*(1), 6041–6044. https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2541

Annisa, N., & Hujjatusnaini, N. (n.d.). Pendampingan belajar melalui metode permainan edukatif untuk meningkatkan kemampuan literasi sains siswa sekolah dasar di Kelurahan Habaring Hurung. *Abdimas Pendidikan, 3*(3). https://doi.org/10.32764/abdimaspen.v3i3.2818

Cahayani Adha, A., Hendriani, S., & Nelaz, Y. S. (n.d.). Sales data processing training using Microsoft Excel for UMKM: Pelatihan pengolahan data penjualan menggunakan Microsoft Excel pada UMKM. *Awal Bros Journal of Community Development, 5*(2). https://doi.org/10.54973/abjcd.v5i2.512

M. Noer, R., Wulandari, Y., & Rubiah, N. (2025). Pengembangan asuhan keperawatan berbasis Android dengan integrasi layanan primer pada pasien hipertensi di Puskesmas. *Jurnal Keperawatan dan Kesehatan, 4*(3). https://doi.org/10.57218/jkj.Vol4.Iss3.1957

Ni, A., & Al-Baarri, M. (2020). *Ketahanan pangan dari aspek kesehatan, pertanian, dan sosial di masa pandemi*. Indonesian Food Technologists.

Noer, R. M., Juliana, T., Gusti Maulani, R., Nadia Nababan, A., Tuwanakotta, M., … Batam, K. (2022). Pemanfaatan ubi jalar ungu dengan inovasi cookies sebagai alternatif snack diabetes melitus. *GERVASI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 6*(1). https://doi.org/10.31571/gervasi.v6i1.3634

Nova Ardiyansyah, N. A., & Suryari Purnama, S. P. (2024). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen, 3*(2), 323–345. https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i2.2374

Nurhasanah, D., Safitri Nelaz, Y., & Afriayini, N. (2025). Life skill berinovasi dalam usaha kreatif dan berguna untuk masyarakat melalui implementasi entrepreneurship. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial, 2*(9). https://doi.org/10.5281/zenodo.15332578

Pasaribu, T., Soeka, Y. S., Nurhidayat, N., Suciatmih, S., Yulinery, T., Triana, E., … Susilowati, D. N. (2025). Enhancing the nutritional profile of purple sweet potato flour through fermentation with *Lactiplantibacillus plantarum* InaCC B157: A functional food perspective. *Veterinary World, 18*(7), 1870–1880. https://doi.org/10.14202/vetworld.2025.1870-1880

Pramudito, P., Faiza Rachim, F. R., & Priyo Andito, P. A. (2024). Uji coba pembuatan oatmeal cookies dengan tepung ubi jalar ungu sebagai subtitusi tepung terigu. *Jurnal Gastronomi Indonesia, 12*(2), 71–78. https://doi.org/10.52352/jgi.v12i2.1386

Ridwan, A. (2025). *Indonesian consumers remain most loyal to specific snacks in 2024*. Databoks. https://databoks.katadata.co.id/en/consumer-services/statistics/682c26ab1fa44/indonesian-consumers-remain-most-loyal-to-specific-snacks-in-20