Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 7 No 6 Tahun 2026

Pendampingan Inovasi kuliner grubi dan Pembuatan Katalog Promosi Digital untuk Meningkatkan Daya tarik grubi di Desa Battu Winangun Kecamatan Lubuk Raja Kabupaten Ogan Komering Ulu

Rueda Aditiansyah Pratama[1], Rani Andista[2], Jehanda Kusuma Dea[3], Gitta Destalya Adrian Nova[4], Hasiatul Aini[5]

[1]Program studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
[2] Program studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik dan Hukum,
[3] Program studi Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Pendidikan,
[4] Program studi Akutansi, Fakultas Ekonomi dan bisnis,
[5] Prodi Akutansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Baturaja, Kabupaten Ogan Komering Ulu, Indonesia

Email : *ruedaaditiansyahprtama@gmail.com*, *randista33@gmail.com*, *jehanda.kd2006@gmail.com*, *gittadestalya.unbara@gmail.com*, *Hasiatul_aini@unbara.ac.id*

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner berbasis pangan lokal memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian desa. Salah satu produk kuliner tradisional yang masih bertahan di Desa Battu Winangun, Kecamatan Lubuk Raja, Kabupaten Ogan Komering Ulu, adalah grubi. Namun, keterbatasan inovasi produk dan strategi promosi yang masih konvensional menyebabkan daya tarik dan jangkauan pemasaran produk belum optimal. Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk grubi melalui pengembangan inovasi produk serta penyusunan katalog promosi digital. Metode yang digunakan meliputi observasi lapangan, diskusi partisipatif dengan pelaku UMKM, pelatihan inovasi produk, serta pendampingan dalam pembuatan konten visual dan katalog digital berbasis media bold. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya inovasi dan pemasaran digital, serta tersusunnya katalog promosi yang lebih menarik dan informatif. Katalog digital tersebut mampu memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan minat konsumen terhadap produk grubi. Dengan demikian, pendampingan inovasi dan pemanfaatan media digital terbukti menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan daya tarik produk kuliner lokal berbasis UMKM di Desa Battu Winangun Kecamatan Lubuk Raja Kabupaten Ogan Komering Ulu.

Kata Kunci : UMKM, Packaging, Pemasaran Digital, Pendampingan, Branding.

Article History
Received: Januari 2026
Reviewed: Januari 2026
Published: Januari 2026

Plagirism Checker No 234.KK.443
Copyright : Author
Publish by : Krepa

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa **Vol 7 No 6 Tahun 2026**

ABSTRACT

Local food-based culinary Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in supporting the village economy. One of the traditional culinary products that still survives in Battu Winangun Village, Lubuk Raja District, Ogan Komering Ulu Regency,is grubi. However, limited product innovation and conventional promotional strategies have resulted in suboptimal product appeal and marketing reach. This mentoring activity aims to increase the added value and competitiveness of grubi products through product innovation development and the development of digital promotional catalogs. The methods used include field observation, participatory discussions with MSMEs, product innovation training, and mentoring in creating visual content and bold-media-based digital catalogs. The results of the activity indicate an increase in MSMEs' understanding of the importance of innovation and digital marketing, as well as the development of more attractive and informative promotional catalogs. The digital catalogs are able to expand promotional reach and increase consumer interest in grubi products. Thus, innovation mentoring and the use of digital media have proven to be effective strategies in increasing the appeal of local MSME-based culinary products in Battu Winangun Village, Lubuk Raja District, Ogan Komering Ulu Regency.

***Keywords**: MSMEs, packaging, digital marketing, mentoring, branding.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, terutama di wilayah pedesaan. UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja, tetapi juga berperan dalam pelestarian potensi dan kearifan lokal melalui produk berbasis sumber daya daerah. Salah satu produk pangan lokal yang masih diproduksi oleh masyarakat Desa Battu Winangun, Kecamatan Lubuk Raja, Kabupaten Ogan Komering Ulu adalah grubi, yaitu makanan olahan berbahan dasar ubi jalar yang memiliki cita rasa khas dan potensi ekonomi yang cukup besar(Nuraeni & Fauziah, 2016).

Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal. UMKM kuliner grubi di Desa Battu Winangun masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam hal inovasi produk dan strategi pemasaran. Produk grubi yang dihasilkan umumnya masih memiliki variasi terbatas, baik dari segi rasa maupun tampilan. Selain itu, pola promosi yang dilakukan masih bersifat konvensional, seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan pemasaran menjadi sangat terbatas dan kurang mampu bersaing dengan produk sejenis yang telah memanfaatkan teknologi digital (Astuti et al., 2022).

Di era digital saat ini, pemasaran berbasis teknologi informasi menjadi kebutuhan yang tidak dapat dihindari oleh pelaku UMKM. Pemanfaatan media digital, seperti katalog promosi digital dan media sosial, terbukti mampu meningkatkan daya tarik produk, memperluas jangkauan pasar, serta membangun citra dan identitas merek secara lebih profesional(Febryanasari et al., 2024). Katalog promosi digital berperan sebagai sarana visual yang menyajikan informasi produk secara menarik, informatif, dan mudah diakses oleh konsumen. Bagi UMKM kuliner, katalog digital tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai media edukasi konsumen terkait keunggulan produk lokal yang ditawarkan (Immanuel et al., 2025).

Oleh karena itu, diperlukan upaya pendampingan yang berkelanjutan untuk mendorong pelaku UMKM grubi agar mampu berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Pendampingan inovasi produk dan pembuatan katalog promosi digital menjadi salah satu strategi yang relevan untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing produk grubi. Melalui pendampingan ini, pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam mengembangkan variasi produk, memperbaiki tampilan visual, serta memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi yang efektif (Dan et al., 2021).

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pendampingan inovasi pada UMKM kuliner grubi serta menyusun katalog promosi digital guna meningkatkan daya tarik produk grubi di Desa Battu Winangun, Kecamatan Lubuk Raja, Kabupaten Ogan Komering Ulu. Diharapkan kegiatan ini tidak hanya memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas dan pemasaran produk grubi, tetapi juga menjadi model pemberdayaan UMKM berbasis potensi lokal yang dapat diterapkan pada wilayah lain dengan karakteristik serupa.

Dalam perspektif pembangunan masyarakat, persoalan UMKM seperti Desa Battu Winangun dapat dipahami melalui konsep pemanfaatan sumber daya. Menurut Soetomo (2012), pembangunan masyarakat tidak hanya bertumpu pada sumber daya fisik (modal, alat produksi, fasilitas), tetapi juga pada sumber daya manusia, seperti kemampuan berkreasi, memanfaatkan potensi lokal, serta kemauan untuk berubah. Soetomo menekankan bahwa keberhasilan pemberdayaan sangat bergantung pada peningkatan kapasitas individu dan komunitas untuk mengembangkan potensi yang mereka miliki melalui proses pembelajaran dan pendampingan. Dalam konteks ini, kemampuan pemilik UMKM untuk memahami teknologi digital dan desain kemasan merupakan bentuk aktualisasi kemampuan manusia yang perlu dikembangkan (Haqudin et al., 2024).

Selain itu, bahwa pengembangan masyarakat yang efektif harus berdasarkan prinsip people-centered development, di mana masyarakat diposisikan sebagai subjek pembangunan yang aktif, bukan sekadar penerima bantuan. Pendampingan kepada UMKM harus berfokus pada peningkatan kemampuan pemilik usaha agar mereka mampu mengatasi permasalahan secara mandiri. Pendekatan ini menjadi sangat relevan ketika pemilik UMKM menghadapi tantangan literasi digital, keterbatasan pengetahuan branding, dan minimnya pemahaman mengenai strategi pemasaran modern (Rahayu et al., 2023).

Dari sisi inovasi, Rogers (2003) mendefinisikan inovasi sebagai "suatu gagasan, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau kelompok". Rogers menjelaskan bahwa adopsi inovasi dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan, kompatibilitas dengan kondisi pengguna, serta manfaat yang dirasakan. Dalam konteks UMKM, inovasi tidak selalu berarti penggunaan teknologi tinggi, tetapi juga perubahan sederhana yang menghasilkan nilai tambah bagi produk, seperti penggunaan kemasan baru, logo yang lebih profesional, atau pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi(Az Zahra et al., 2025). Inovasi packaging dan pemasaran digital yang diterapkan kepada UMKM Desa batuwinangun dapat dikategorikan sebagai inovasi sosial yang bertujuan meningkatkan efektivitas usaha.

Pendapat Rogers tersebut diperkuat oleh Wibowo & Ma'ruf (2021) yang menyatakan bahwa inovasi sosial di era digital dapat memadukan kreativitas, teknologi sederhana, dan partisipasi masyarakat untuk menghasilkan perubahan yang signifikan dalam ekonomi lokal. Teknologi digital seperti Canva, Instagram, dan Facebook , katalog adalah contoh inovasi yang terjangkau, mudah dipelajari, dan dapat diadopsi oleh UMKM skala kecil tanpa membutuhkan modal besar. Penerapan teknologi ini dapat memperkuat posisi UMKM dalam persaingan pasar digital yang semakin dinamis (Astuti et al., 2022).

Melihat permasalahan dan peluang tersebut, tim pengabdian masyarakat melakukan program pendampingan kepada UMKM Grubi Desa Battu Winangun dengan fokus pada (Oktananda, 2013):

1. Pendampingan, pengolahan, perbaikan packaging melalui desain logo, label varian rasa, dan penggunaan pouch yang lebih menarik dan kuat;
2. pelatihan pemasaran digital melalui pembuatan katalog, pelatihan pembuatan konten sederhana, serta pendampingan interaksi dengan pelanggan, agar UMKM grubi lebih menarik.

Pendampingan ini dilakukan menggunakan pendekatan partisipatif agar pemilik UMKM terlibat langsung dalam setiap proses pembelajaran, sehingga dapat meningkatkan kapasitasnya secara berkelanjutan.

Dengan adanya pendampingan ini, diharapkan UMKM Grubi Desa Winangun dapat meningkatkan daya tarik melalui kemasan yang lebih modern serta kemampuan memanfaatkan katalog dan media sosial sebagai strategi pemasaran yang efektif. Selain memberikan dampak langsung terhadap UMKM, kegiatan ini juga diharapkan menjadi model pemberdayaan yang dapat direplikasi oleh UMKM lain yang menghadapi permasalahan serupa(Pratiwi, 2020).

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pendampingan inovasi pada UMKM kuliner grubi serta menyusun katalog promosi digital guna meningkatkan daya tarik produk grubi di Desa Battu Winangun, Kecamatan Lubuk Raja, Kabupaten Ogan Komering Ulu. Diharapkan kegiatan ini tidak hanya memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas dan pemasaran produk grubi, tetapi juga menjadi model pemberdayaan UMKM berbasis potensi lokal yang dapat diterapkan pada wilayah lain dengan karakteristik serupa (Azizah et al., 2025).

METODE

Pengabdian ini menggunakan jenis penelitian survey. Eksplanasi pada penelitian ini tergolong penelitian deskriptif.Metode pelaksanaan kegiatan pendampingan pada UMKM Grubi Desa Batu Wiangun menggunakan pendekatan partisipatif yaitu pendekatan yang menempatkan pemilik UMKM sebagai subjek utama dalam proses peningkatan kapasitas usaha(Sari et al., 2023). Pendamping berperan sebagai fasilitator yang hanya mengarahkan dan memandu, sementara pemilik UMKM terlibat secara langsung dalam setiap tahap kegiatan. Pendekatan ini selaras dengan prinsip pembangunan berbasis masyarakat yang dikemukakan Chambers, bahwa masyarakat harus menjadi pelaku aktif agar perubahan dapat berlangsung secara berkelanjutan.

Tabel komposisis pembuatan grubi:

NO.	BAHAN-BAHAN	CARA MEMBUAT
1.	Ubi jalar 500 gram-1 kg (Ungu dan Kuning)	Kupas ubi, parut halus menggunakan parutan, cuci bersih, lalu rendam dalam air selama 15 menit untuk mengurangi getahnya. Lalu cuci lagi hingga bersih dan tiriskan.
2.	Gula merah 300-400gram (diiris)	Rebus gula merah dan gula pasir dengan air secukupnya hingga mendidih, tunggu sampai larut dan mengental seperti sirup menggunakan api kecil
3.	Gula pasir 4-5 Sdm	Panaskan minyak dengan api sedang, lalu masukan ubi parut tadi sebanyak segenggam, goreng sampai setengah mateng sambil di aduk.
4.	Air secukupnya	Siram 1 centong larutan gula tadi ke ubi yang masih di goreng, aduk rata agar gula sampai menempel sempurna dan tidak mengendap di minyak goreng, tunggu hingga kering dan sampai berwarna kecoklatan.
5.	Minyak goreng 500 gram (untuk menggoreng)	Jika suda berwarna kecoklatan atau matang segera angkat, cetak saat panas-panas menggunakan cetakan atau manual mengunakan tangan agar padat dan berbentuk bulat, lakukan berulang hingga selesai tunggu sampai grubi yang di bentuk mengeras, maka grubi siap di sajikan.

Tabel tempat dan waktu pelaksaan kegiatan:

Tempat	**:**	Cimalaya 2 Blok M, Desa Battu Winangun
Waktu Pelkasanaan Kegiatan	**:**	Senin, 12 Januari 2026

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa **Vol 7 No 6 Tahun 2026**

METODE KEGIATAN

Tabel pelaksaan kegiatan:

No.	Nama proker kelompok	Sasaran/Lokasi	Komposisi Bahan Grubi	alat pembuatan
1.	Pendampingan Inovasi kuliner grubi dan pembuatan katalog wa bisnis.	Warga cimalaya 3 Blok M, Desa Battu winangun	Ubi Jalar 500 gram-1 kg , gula merah 200 gram , gula pasir 3-5 sdm, Air 150-200 ML, Minyak goreng secukupnya.	parutan, kuali, sutil, pisau dapur.

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini disusun secara sistematis dan disesuaikan dengan tujuan program, yaitu pendampingan inovasi kuliner grubi serta pembuatan katalog promosi digital untuk meningkatkan daya tarik produk UMKM di Desa Battu Winangun, Kecamatan Lubuk Raja, Kabupaten Ogan Komering Ulu. Adapun tahapan metode kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Survei Tempat Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dimaksudkan untuk menggali informasi tentang kondisi geografis dan kondisi masyarakat didaerah tempat kegiatan. Informasi tersebut berupa lokasi, permasalahan yang dihadapi dalam pada lokasi tersebut.Tahap awal kegiatan dilakukan melalui survei lapangan dan observasi langsung ke lokasi UMKM grubi di Desa Battu Winangun. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai kondisi lingkungan usaha, proses produksi grubi, ketersediaan bahan baku ubi jalar, bentuk kemasan yang digunakan, serta pola pemasaran yang telah diterapkan oleh pelaku UMKM. Selain itu, dilakukan wawancara singkat dengan pemilik UMKM untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi, khususnya terkait inovasi produk dan promosi.

2. Persiapan Sarana dan Prasarana

Kegiatan ini dimaksudkan untuk merencanakan kebutuhan baik sarana dan prasarana yang akan digunakan dalam pelaksanaan kegiatan dengan tetap memperhatikan warga Desa Battu Winangun demi tercapainya target pengabdian kepada masyarakat. Sarana dan prasarana yang dimaksud berupa inovasi produk grubi, packaging, stiker dan lain-lain. Setelah dilakukan survei, tim pengabdian menyiapkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk mendukung pelaksanaan kegiatan. Persiapan ini meliputi penyediaan bahan pelatihan, alat pendukung produksi sederhana, perangkat dokumentasi, serta perangkat digital seperti laptop dan telepon pintar untuk pembuatan konten dan katalog promosi digital. Persiapan juga mencakup perancangan materi pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan pelaku UMKM (Sulaeman, 2020).

3. Pelaksanaan Kegiatan

Setelah melakukan survey dan persiapan sarana dan prasarana maka pelaksanaan kegiatan dilaksanakan oleh pengusul beserta anggota dan beberapa mahasiswa. Kegiatan yang dilakukan adalah berupa penyuluhan dalam bentuk pertemuan secara langsung dan pembagian bingkisan yang bertempat Di Desa Battu Winangun. Pada tahap ini, kegiatan difokuskan pada pendampingan inovasi produk grubi. Tim pengabdian bersama pelaku UMKM melakukan diskusi dan praktik langsung terkait pengembangan variasi produk, perbaikan tampilan kemasan, serta penambahan identitas produk seperti logo dan label. Pendampingan dilakukan secara

partisipatif sehingga pelaku UMKM terlibat langsung dalam setiap proses pengambilan keputusan dan penerapan inovasi (Kadji et al., 2012).

4. Materi Pembinaan dan Penyuluhan Kegiatan

Berikut adalah materi mengenai Pendampingan Inovasi grubi dan pembuatan katalog wa bisnis. Materi pembinaan dan penyuluhan kegiatan yaitu Inovasi grubi untuk meningkatkan daya tarik grubi Di Desa Battu Winangun. Tahap selanjutnya adalah pendampingan dalam pembuatan katalog promosi digital. elaku UMKM diberikan pelatihan dasar mengenai pembuatan konten visual produk, pengambilan foto sederhana, penulisan deskripsi produk, serta penyusunan katalog digital menggunakan aplikasi yang mudah diakses. Katalog digital ini dirancang agajr dapat digunakan sebagai media promosi melalui WhatsApp Business dan media sosial, sehingga mampu memperluas jangkauan pemasaran produk grubi (Atsar, 2021).

5. **Evaluasi dan Tindak Lanjut Kegiatan**

Tahap akhir kegiatan dilakukan melalui evaluasi untuk mengetahui tingkat pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM setelah mengikuti seluruh rangkaian pendampingan. Evaluasi dilakukan melalui diskusi dan umpan balik dari pelaku UMKM terkait manfaat kegiatan serta kendala yang masih dihadapi. Hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk memberikan rekomendasi tindak lanjut agar inovasi produk dan pemasaran digital dapat terus dikembangkan secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan inovasi kuliner grubi dan pembuatan katalog promosi digital di Desa Battu Winangun, Kecamatan Lubuk Raja, Kabupaten Ogan Komering Ulu dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan langsung pemilik UMKM grubi sebagai subjek utama kegiatan. Hasil dan pembahasan ini disusun berdasarkan observasi lapangan, proses pendampingan, serta perubahan yang terjadi setelah kegiatan dilaksanakan.

1.Kondisi awal Kuliner Grubi Di Desa Battu Winangun

Berdasarkan hasil survei dan observasi awal, diketahui bahwa ubi di Desa Battu Winangun masih dikelola secara sederhana dengan pola produksi dan pemasaran yang bersifat tradisional. Produk ubi umumnya hanya dikelola dengan cara sederhana seperti di buat keripik atau di rebus , di beberapa warung ada juga yang menjual dengan kemasan polos tanpa identitas merek yang jelas. Promosi produk masih mengandalkan penjualan langsung dan informasi dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan pemasaran relatif terbatas. Kondisi ini berdampak pada rendahnya daya tarik produk dan belum optimalnya potensi ekonomi yang dimiliki oleh produk grubi.



Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 7 No 6 Tahun 2026

2.Hasil Pendampingan Inovasi Pembuatan Produk Grubi

Pendampingan inovasi produk difokuskan pada pengembangan variasi dan perbaikan tampilan produk. Melalui diskusi dan praktik langsung, pelaku cara warga mulai memahami pentingnya inovasi sebagai upaya peningkatan nilai tambah produk. Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan pada tampilan kemasan grubi, yaitu penggunaan kemasan pouch yang lebih kuat dan menarik, penambahan logo usaha, serta label varian rasa. Inovasi sederhana ini memberikan kesan produk yang lebih modern dan profesional sehingga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen.



Cara-cara membuat grubi:



Bahan-bahan pembuatan grubi



Kupas Ubinya



Parut Ubinya



Cairkan gula merah dan gula pasir Dengan api kecil.



Panaskan minyak panas di Wajan yang berbeda.



Goreng Ubi di wajan yang Suda di panaskan tadi.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa **Vol 7 No 6 Tahun 2026**


Campurkan gula yang sudah di Panaskan dengan ubi yang di Goreng.

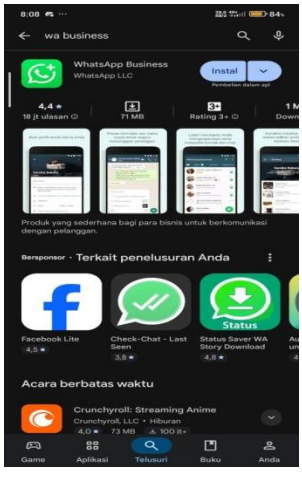

Bentuk grubi menjadi bulat-bulat.


Tarahh jadi deh.

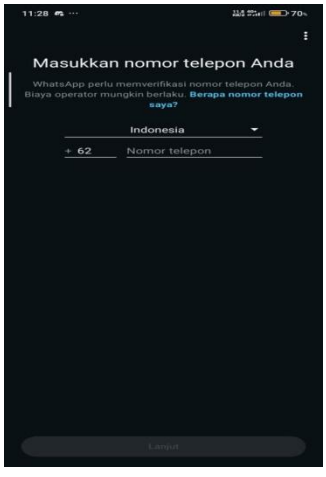
3.Hasil Pembuatan Katalog Promosi Digital

Pendampingan pembuatan katalog promosi digital memberikan dampak positif terhadap kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Pelaku UMKM dilatih mengambil foto produk secara sederhana, menyusun deskripsi produk, serta mengemas informasi produk ke dalam bentuk katalog digital. Katalog promosi yang dihasilkan memuat informasi mengenai jenis produk, varian rasa, harga, serta kontak pemesanan yang mudah diakses. Katalog ini kemudian dimanfaatkan sebagai media promosi melalui WhatsApp Business dan media sosial, sehingga jangkauan pemasaran produk grubi menjadi lebih luas dibandingkan sebelumnya.

Cara membuat katalog WhatApp Business:



Download WhatsApp for business di plat store atau apps store



Masukkan nomor yang aktif

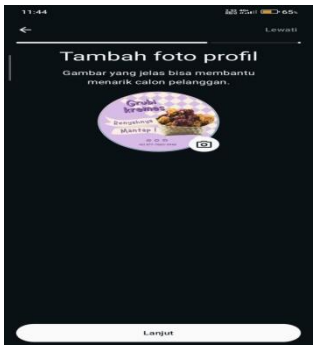


Masukan nama bisnis

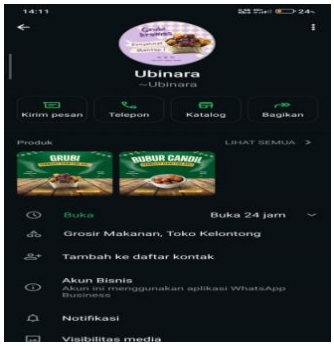


Pilih Ketegori dan bisnis sesuai dengan yan dimiliki

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa **Vol 7 No 6 Tahun 2026**







Tambahkan logo bisnis masukan item jualan tunggu sampai gambar seperti itu.

4.Pembahasan Dampak Pendampingan Terhadap Daya Tarik Produk

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendampingan inovasi dan pemasaran digital mampu meningkatkan daya tarik produk grubi. Perubahan kemasan dan identitas produk membuat grubi lebih kompetitif dan tidak kalah dengan produk sejenis yang telah lebih dahulu memanfaatkan branding. Selain itu, penggunaan katalog promosi digital memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh informasi produk secara cepat dan visual. Temuan ini sejalan dengan pendapat Rogers (2003) yang menyatakan bahwa inovasi yang mudah diterapkan dan memberikan manfaat langsung akan lebih cepat diadopsi oleh pelaku usaha.



5.Peningkatan Kapasitas dan Kesadaran Pelaku Kuliner Grubi

Selain menghasilkan produk dan katalog digital, kegiatan ini juga meningkatkan kesadaran dan kapasitas pelaku UMKM terhadap pentingnya inovasi dan pemasaran digital. Pelaku UMKM menjadi lebih terbuka terhadap perubahan dan memiliki motivasi untuk terus mengembangkan usahanya. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif dalam pendampingan efektif dalam mendorong kemandirian dan keberlanjutan UMKM, sebagaimana konsep pembangunan berbasis masyarakat yang menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa pendampingan inovasi kuliner grubi danpembuatan katalog promosi digital memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya tarik produk,kapasitas pelaku UMKM, serta peluang pengembangan usaha grubi di Desa Battu Winangun. Program inidapat dijadikan sebagai model pendampingan UMKM berbasis potensi lokal yang relevan untuk diterapkan di wilayah lain dengan karakteristik serupa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan di Cimalaya 1 Blok N Desa Battu Winangun Kecamatan Lubuk Raja Kabupaten Ogan Komering Ulu, dapat disimpulkan bahwa:

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Kelompok 4 telah berjalan dengan lancar dan mendapat sambutan hangat dari warga dan tempat pelaksanaan kegiatan ini yaitu dilakukan pada salah satu warga Desa Battu Winangun.

Harapan kami dengan pengabdian ini dapat membuat uasaha kuliner Grubi lebih menarik dan dengan fitur penjualan sebagai upaya meningkatkan pemahaman pentingnya peningkatan keterampilan dan pengetahuan guna bersaing di dunia industri saat ini.

Tata cara Dan Pendeskripsian penyuluhan ini memberikan gambaran bahwa perkembangan zaman akan terus menimbulkan kemajuan, terutama dalam bidang teknologi. Sehingga penguatan pemahaman terhadap pengelolaan sumber daya Kuliner Grubi berdasarkan peningkatan keterampilan dan pengetahuan dengan berbasis teknologi sangat diperlukan untuk kemajuan tata sumber daya manusia.

Peningkatan keterampilan dan pengetahuan yang baik dan benar akan berdampak terhadap kemampuan *soft skill* dan mendorong daya saing menjadi jauh lebih baik, hal ini tidak terlepas dari peran narasumber yang sangat penting dalam memberikan pemahaman tersebut. Hal ini merupakan salah satu faktor kesuksesan peserta didik dalam mencapai tujuan mereka setelah selesai menenmpuh pendidikan di sekolah menengah atas (SMK) namun demikian ijazah SMK yang dimiliki belumlah cukup untuk digunakan sebagai modal dalam persaingan mencari kerja, oleh karena itu bekal lain dibutuhkan para peserta didik seperti pengembangan *soft skill* melalui program-program yang diadakan disekolah salah satunya program kemitraan dengan berbagai lembaga yang menunjang.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, M., Sembiring, R., & Zuchriadi, A. (2022). Akselerasi Pengembangan Wirausaha "Dapurkana" Melalui Digitalisasi dengan Penerapan Katalog WA Bisnis dan Perencanaan Konten Media Sosial. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, *2*(6), 1775–1782. https://doi.org/10.54082/jamsi.542

Atsar, A. (2021). Sosialisasi Kegiatan Penyuluhan Umkm Mewujudkan Perekonomian Masyarakat Yang Mempunyai Potensi Dan Peran Strategis Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *5*(5), 1202–1210. https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i5.4142

Az Zahra, S. A., Remalya, A. B., & Rahmatin, L. S. (2025). Pembuatan E-Katalog Sebagai Media Promosi Digital Umkm Warga Rw 03 Kelurahan Manyar Sabrangan. *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, *7*(1), 17–23. https://doi.org/10.33480/abdimas.v7i1.5836

Azizah, O., Wiguna, W., & Pratama, S. (2025). *Pendampingan Strategi Promosi dan Diversifikasi Produk Ubi Kremes pada UMKM Rumahan Snack Kelurahan Dalung Cipocok Jaya*. *4*(1), 3902–3907.

Dan, K., Umkm, M., Kuenak, T., & Ciputat, D. I. (2021). *Pendampingan Dan Pengembangan Inovasi Usaha Mikro Fakultas Kesahatan Masyarakat , Universitas Muhammadiyah Jakarta*.

Febryanasari, C. T., Febriana, P., & Rochmaniah, A. (2024). Pengelolaan Katalog Online Sebagai Media Promosi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *7*(1), 56–67. https://doi.org/10.35914/tomaega.v7i1.2097

Haqudin, M. S., Wihara, D. S., & Muslih, B. (2024). Desain Strategi Marketing Produk Grubi di Munjungan Trenggalek untuk Meningkatkan Volume Penjualan. *SINDA: Comprehensive Journal of Islamic Social Studies*, *4*(1), 13–26. https://doi.org/10.28926/sinda.v4i1.1390

Immanuel Marno Putra, R., Chandra Kurnia, A., Artikel, R., Kunci, K., & Bisnis, S. (2025). *Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi Peran Pendampingan UMKM terhadap Penguatan Strategi Bisnis Lokal di Era Digital INFO ARTIKEL*. *2*(4), 789–794. https://doi.org/10.62335

Kadji, Y., Ilmu, F., Universitas, S., & Gorontalo, N. (2012). *Tentang teori motivasi*. *9*(1), 1–15.

Nuraeni, A., & Fauziah, T. (2016). Ubi Jalar Sebagai Salah Satu Alternatif Pengembangan Produk Snack. *Jurnal Sains Terapan*, *6*(1), 94–107. https://doi.org/10.29244/jstsv.6.1.94-107

Oktananda, T. A. (2013). *Pelestarian Grubi Sebagai makanan Tradisional Khas Kota Magelang, Jawa Tengah*. *7*. http://ejournal.stipram.net/

Pratiwi, R. A. (2020). Pengolahan Ubi Jalar Menjadi Aneka Olahan Makanan : Review Pangan lokal di Indonesia mempunyai. *Jurnal Triton*, *11*(2), 42–50.

Rahayu, E. S., Irianto, H., Handayani, S. M., Sundari, M. T., & Widadie, F. (2023). *Empowering MSMEs of Processed Food Typical of Tawangmangu Karanganyar Regency Towards Business Independence*. *7*(2), 85–91.

Sari, M., Rachman, H., Astuti, N. J., Afgani, M. W., & Siroj, R. A. (2023). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, *3*(1), 10–16. https://jurnal.itscience.org/index.php/jpsk/article/download/1953/1528

Sulaeman, M. M. (2020). Sosialisasi Kewirausahaan dalam Upaya Peningkatan UMKM Desa Palangan Kecamatan Karangbinangun Kabupaten Lamongan. *Jurnal Abdimas Berdaya : Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan Dan Pengabdian Masyarakat*, *2*(01), 16. https://doi.org/10.30736/jab.v2i01.34