



## Peningkatan Pemasaran Digital dan Penggunaan Produk Eco-Green terhadap UMKM Kosan Mantan

Santi Rimadias<sup>1</sup>, Kayla Abbiegail<sup>2</sup>, Vina Centiawan<sup>3</sup>, Priska Meliana<sup>4</sup>, Zahwa Revalina Mulyana<sup>5</sup>, Silvia Ernawati Putri<sup>6</sup>, Jonathan Widarta<sup>7</sup>, Marcellino Christian<sup>8</sup>

Manajemen, Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara

<sup>1</sup>Email: [santi.rimadias@ibs.ac.id](mailto:santi.rimadias@ibs.ac.id)

<sup>2,3,4,5,6,7,8</sup>Email: [kayla.abbiegail@student.umn.ac.id](mailto:kayla.abbiegail@student.umn.ac.id); [vina.centiawan@student.umn.ac.id](mailto:vina.centiawan@student.umn.ac.id);  
[priska.meliana@student.umn.ac.id](mailto:priska.meliana@student.umn.ac.id); [zahwa.revalina@student.umn.ac.id](mailto:zahwa.revalina@student.umn.ac.id);  
[silvia.ernawati@student.umn.ac.id](mailto:silvia.ernawati@student.umn.ac.id); [Jonathan.widarta@student.umn.ac.id](mailto:Jonathan.widarta@student.umn.ac.id);  
[marcellino.christian@student.umn.ac.id](mailto:marcellino.christian@student.umn.ac.id)

### ABSTRAK

UMKM menjadi salah satu peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Indonesia mempunyai potensi basis ekonomi nasional yang kuat karena jumlah UMKM yang sangat banyak dan daya serap tenaga kerja sangat besar. Kurangnya pengetahuan pemasaran digital dan produk ramah lingkungan seringkali menjadi permasalahan pada UMKM. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memberikan pendampingan untuk pemasaran digital, khususnya media sosial dan penggunaan produk *eco-green* pada UMKM Kosan Mantan untuk meningkatkan daya saing. Tim pengabdian kepada masyarakat akan mendampingi dalam pembuatan konten media sosial, menu digital dan penyediaan produk yang ramah lingkungan (*eco-green*). Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat, ditemukan bahwa Kosan Mantan telah mampu untuk membuat konten media sosial, menu digital dan penyediaan produk yang ramah lingkungan (*eco-green*).

**Kata Kunci:** Pemasaran Digital; Produk Eco-Green; UMKM.

### ABSTRACT

*MSMEs are one of the important roles in Indonesia's economic growth. Indonesia has a strong potential national economic base because of the large number of MSMEs and the huge absorption of labor. Lack of knowledge of digital marketing and environmentally friendly products is often a problem for MSMEs. The purpose of this service is to provide assistance for digital marketing, especially social media and the use of eco-green products at Kosan Mantan MSMEs to increase competitiveness. The community service team will assist in the creation of social media content, digital menus and the provision of eco-green products. As a result of community service activities, it was found that Kosan Mantan has been able to create social media content, digital menus and provide eco-green products.*

**Keywords:** Digital Marketing; Eco-Green products; UMKM.

**DOI:** <https://doi.org/10.54832/judimas.v2i1.251>

---

### Pendahuluan

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), UMKM adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang (Gonibala, Masinambow, Th Maramis, Ekonomi Pembangunan, & Ekonomi dan Bisnis, n.d.). UMKM dapat menyerap 97% dari total angkatan kerja dan mampu menghimpun hingga 60,4% dari total investasi di Indonesia. Berdasarkan data diatas, Indonesia mempunyai potensi basis ekonomi nasional yang kuat karena jumlah UMKM yang sangat banyak dan



daya serap tenaga kerja sangat besar (Sundari & Sulistyowarni, 2022). Dalam proses pertumbuhan, UMKM menghadapi berbagai tantangan seperti perkembangan teknologi digital dan isu lingkungan yang menjadi konsentrasi perkembangan dari sebuah bisnis.

Perkembangan teknologi digital sangat dimanfaatkan oleh para penjual untuk mempromosikan produknya. Pemasaran digital merupakan pendekatan untuk pemasaran yang didorong oleh teknologi digital. Pemasaran digital memberikan peluang bagi para UMKM untuk menarik konsumen baru dan menahan konsumen lama lebih mudah.

Para UMKM harus bisa menguasai internet jika ingin tetap bertahan dalam dunia modern ini. Menurut penelitian *Deloitte Access Economics* tahun 2015 para konsumen lebih senang jika berbelanja melalui media online dibandingkan membeli langsung ke penjualnya, sehingga ini bisa menjadi ancaman bagi para penjual UMKM di Indonesia. UMKM menjadi salah satu peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Berdasarkan data [depkop.go.id](http://depkop.go.id), UMKM mengalami peningkatan dari tahun 2012 sampai 2017 sebesar 13,98% unit usaha. Berdasarkan data Kementerian Koperasi, Usaha, Kecil dan Menengah pada 2018, daya serap tenaga UMKM sebesar 97% dari tenaga dunia usaha. Kontribusi terhadap perekonomian sebesar 61,1% dan sisanya sebesar 38,9% disumbangkan oleh pelaku yang jumlah usahanya hanya sebesar 0,01% dari jumlah pelaku usaha (Hilmiana & Kirana, 2021).

Namun masih banyak UMKM yang kurang memperhatikan dalam segi digital marketing dan ramah lingkungan pemanfaatan digital marketing dengan cara membuat konten di sosial media bisa membuat UMKM lebih dikenal publik dan membuat calon pembeli mudah untuk melihat menu apa saja yang dijual. Tim Pengabdian Masyarakat membantu dalam pembuatan konten di tiktok dan publikasi menu di PergiKuliner agar memudahkan publik untuk melihat lebih detail.

Dikutip dari Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), sampah yang dihasilkan pada tahun 2022 mencapai 35,93 juta ton dengan tiga daerah penyumbang terbesarnya adalah Jawa Tengah sebesar 5,76 juta ton, Jawa Timur sebesar 4,95 juta ton dan Jawa Barat sebesar 4,89 juta ton, dan limbah plastik menyumbang sebesar 17,9% dari jumlah sampah di Indonesia ('*timbulan-sampah-di-indonesia-belum-sepenuhnya-terkelola-pada-2022*', n.d.). Seperti yang kita ketahui, limbah plastik yang terbuang begitu saja ke lingkungan tidak dapat terurai dalam waktu yang singkat. Limbah plastik yang dihasilkan dari masyarakat salah satunya adalah limbah sedotan plastik. Oleh karena itu dibutuhkan usaha dalam mengurangi limbah plastik



dengan mengubah penggunaan sedotan plastik sekali pakai dengan sedotan yang dapat dikonsumsi secara langsung oleh manusia. Sedotan yang dapat dikonsumsi ini disebut sebagai *edible straw*. *Edible straw* dapat dibuat dari berbagai bahan alami yang tersedia di lingkungan seperti beras, gandum, tebu, hingga singkong. Penggunaan *edible straw* ini dapat mengurangi dampak kerusakan lingkungan akibat limbah karena sedotan ini teksturnya apabila saat digunakan sekitar 2-4 jam akan lebih cepat atau mudah lembek, maka dari itu jika sedotan jenis ini dibiarkan di alam, limbah sedotan tersebut dapat mudah terurai karena menggunakan bahan-bahan yang berasal dari alam pula (Putri Yulianingtyas, 2023).

*Eco-green* merupakan sebuah gerakan yang berorientasi pada sikap kepedulian terhadap lingkungan dengan cara memanfaatkan sumber daya alam dengan efektif dan efisien yang bertujuan untuk mengurangi dampak yang ditimbulkan oleh pemanasan global yang kian terus meningkat. Namun, penggunaan salah satu produk dari *eco-green* pada layanan produk/jasa, seperti penggunaan *rice straw* sebagai bentuk pengganti sedotan plastik pada saat ini masih kurang diketahui oleh sebagian besar UMKM (Rimadiaz et al., 2023).

Tim Pengabdian Masyarakat Menargetkan salah satu UMKM yang bergerak dibidang FnB yaitu “Kosan Mantan” yang beralamat Jl. Taman Hiburan No. 11, Kec Tangerang, Tangerang. Pemilik Usaha Kosan Mantan bernama Kak Guna. Usaha ini dibangun pada tahun 2020 dengan tujuan menciptakan tempat “nongkrong” atau berkumpul. Usaha Cafe ini beroperasi dari hari senin sampai minggu dengan jam yang cukup unik yaitu 14:07 - 23:54. Fokus utama penjualan Cafe ini adalah *Signature coffee, non-coffee, flavored tea, mocktail* dan beberapa makanan ringan hingga berat.

Berdasarkan observasi yang Tim Pengabdian Masyarakat lakukan saat Tim Pengabdian Masyarakat berkunjung ke lokasi usaha, Tim Pengabdian Masyarakat menemukan bahwa Kosan Mantan masih menggunakan sedotan plastik dalam setiap penyajian produk minuman mereka. Penggunaan sedotan berbahan plastik ini merupakan salah satu penyebab kerusakan lingkungan karena tidak mudah terurai di alam karena berbahan dasar plastik. Tim Pengabdian Masyarakat juga menemukan bahwa terdapat kurang terbarnya informasi mengenai kesadaran akan adanya cafe Kosan Mantan.

Sistem promosi yang dilakukan Kak Guna untuk mempromosikan Kosan Mantan hanya terbatas pada penggunaan Instagram sebagai sosial media. Kemudian setelah Tim Pengabdian Masyarakat melihat media sosial yang dimiliki oleh Kosan Mantan, Tim



Pengabdian Masyarakat menilai kurangnya engagement serta interaksi dari *viewer* dan pengikut akun tersebut.

Tujuan dari kegiatan pelaksanaan pengabdian kemasyarakatan ini adalah untuk membantu meningkatkan awareness bagi UMKM mengenai pentingnya digital marketing dalam meningkatkan perhatian masyarakat terhadap suatu usaha. Ada pula penggunaan *edible straw* berupa sedotan berbahan dasar beras sebagai pengganti dari sedotan plastik yang selama ini digunakan sebagai bentuk gerakan peduli lingkungan untuk mengurangi limbah plastik yang saat ini menjadi perhatian besar di dunia.

### **Metode Pelaksanaan**

Pengimplementasian pengabdian kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam bentuk pengembangan strategi pemasaran media sosial dan realisasi penggunaan produk eco-green untuk “Kosan Mantan” yang beralamat Jl. Taman Hiburan No. 11, Kec Tangerang, Tangerang. Kegiatan tersebut dilakukan secara bertahap dari Oktober hingga awal Desember 2023. Dalam proses pelaksanaannya metode yang digunakan melalui tahapan perencanaan dan pelaksanaan.

### **Tahap Perencanaan**

1. Mencari UMKM yang sesuai dan membutuhkan pengembangan.
2. Meminta izin kepada pemilik UMKM untuk melakukan peninjauan dan pengembangan.
3. Melakukan wawancara yang membahas mengenai target market, kondisi pasar, produk yang ditawarkan.
4. Menyusun dan mendiskusikan rencana pengabdian terhadap UMKM Kosan Mantan
5. Melakukan persiapan produk *eco-green (edible straw)* dan mencari strategi media sosial (pencarian konten)

### **Tahap Pelaksanaan**

1. Melakukan wawancara yang membahas mengenai target market, pemasaran produk, kondisi pasar, produk yang ditawarkan, dan kendala dalam usaha.
2. Memberikan opini dan opsi bagi pemilik UMKM mengenai rencana pemasaran dan program *eco-green* yang ingin di implementasikan di Kosan Mantan
3. Melakukan pembahasan mengenai pembuatan sosial media dan konten yang akan dibuat
4. Menyarankan dan menerapkan penggunaan *edible straw* dalam rangka realisasi program *eco-green*



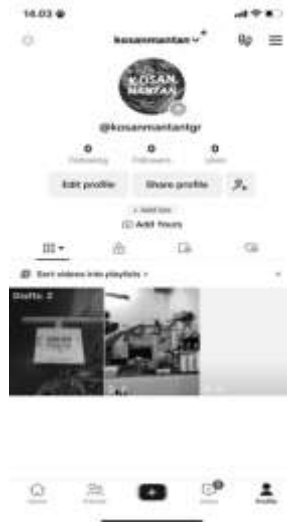
5. Membuat konten pemasaran sosial media yaitu Tiktok yang memberikan promosi mengenai *awareness* dari Kosan Mantan

## Hasil dan Pembahasan

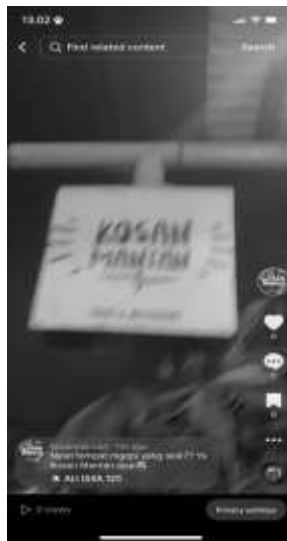
Kegiatan Pengabdian Masyarakat pada Kosan Mantan yang berlokasi di Jl. Taman Hiburan No. 11, Kec Tangerang, Tangerang telah dilaksanakan sesuai dengan tujuan awal Tim Pengabdian Masyarakat. Hasil akhir yang ingin Tim Pengabdian Masyarakat tuju adalah pemasaran lebih terhadap Kosan Mantan dan penggunaan produk *eco-green* berupa *edible straw* yang akan digunakan secara terus-menerus.

Sosial media merupakan salah satu bentuk pemasaran langsung maupun tidak langsung yang digunakan untuk membangun kesadaran, pengakuan, daya ingat, dan tindakan untuk merek, bisnis, produk, orang, atau intensitas lainnya dan dilakukan dengan menggunakan alat dari web sosial seperti blogging, microblogging, social networking, social bookmarking, dan *content sharing* (Keputusan Pembelian Pelanggan Rumah Makan Di Jawa Barat Rio Haribowo, Tannady, Yusuf, & Wisnu Wardhana, 2022). *Brand awareness* juga merupakan hal utama yang Tim Pengabdian Masyarakat tuju untuk mengenalkan UMKM ini ke masyarakat sekitar.

Kegiatan yang pertama kali dilakukan adalah mengunjungi Kosan Mantan untuk membahas mengenai konten video dengan kak Guna yang akan dibuat sebagai bentuk promosi di Tiktok. Tim Pengabdian Masyarakat juga bersama-sama melakukan riset mengenai konten yang sesuai dengan target market yang dimiliki oleh UMKM Kosan Mantan. Tim Pengabdian Masyarakat juga membuat tiga Konten Tiktok yang akan di upload ke sosial media berupa TikTok yang secara khusus Tim Pengabdian Masyarakat buat untuk mempromosikan Kosan Mantan. Konten yang sudah direkam kemudian diedit menggunakan aplikasi Capcut. Kita juga akan memberikan sosialisasi mengenai konten yang bisa dibuat secara mandiri setelah kegiatan pengembangan ini selesai untuk membangun *awareness* dari Kosan Mantan dalam promosi digital.



**Gambar 1.** Akun Tiktok Untuk Kosan Mantan



**Gambar 2.** Konten Tiktok Untuk Kosan Mantan



Gambar 3. Konten Tiktok Untuk Kosan Mantan

CERITANYA MENU				
<b>SIGNATURE</b>	<b>ICE / HOT</b>	<b>MANUAL</b>	<b>MOCKTAIL</b>	<b>CEMILAN DI KOSAN</b>
JAWA MANTAN ARIEN	18, 20	VEG	18	KENTANG
JAWA MANTAN CARAMEL	18, 20	JAPANESE	18	SOSES
JAWA MANTAN PANDAN	18, 20	Vietnamese	17	OTAK OTAK
JAWA MANTAN PRISANG	18, 20	TURKISH	16	PISANGOLLA
<b>COFFEE BASED</b>		<b>PARUL SERIES</b>		TAMBAK
CAFFE LATTE	18, 20	YAKURO	18	CIKRENG
CAPPUCINO	18, 18	YAKUMEL	18	PIKING PISANG
MOCCACCINO	18, 18	YAKUSTING	18	ROSI BAKAR
CREAMY COFFEE	18, 18	YAKUMANG	18	ROSI BAKAR
AVOCADO COFFEE	18, 18	<b>NYESE</b>		ROSI BAKAR
AMERICANO	18, 18	SUSU CARAMEL	17	HEK PLATTEN
<b>NON COFFEE</b>		SUSU PRISANG	17	
RED VELVET	17, 19	SUSU LEO	17	<b>MAU MAKAN?</b>
GREEN TEA	17, 19	SUSU MELON	17	INDONESIA GUR
COCONUT & CREAM	17, 19	SUSU PANDAN	17	SHOULDE DR
TIBA MISS U	18, 18	SUSU RECAL	17	INDONESIA GUR
HAZELNUT	18, 18	<b>TEA FLAVOUR</b>		INDONESIA GUR
CHOCO CARAMEL	18, 18	LYCHEE TEA	16	INDONESIA GUR
CHOCO ALMOND	18, 18	BAKADO TEA	16	INDONESIA GUR
CHOCO MILK	18, 17	LEMON TEA	16	INDONESIA GUR
CHOCO ROYAL	18, 17	MELON TEA	16	INDONESIA GUR
CHOCO OREO	18, 17	STRAWBERRY TEA	16	INDONESIA GUR
TAMU	18, 17			INDONESIA GUR

Gambar 4. Daftar menu yang akan didaftarkan ke PergiKuliner

Selain melakukan kegiatan promosi digital melalui aplikasi TikTok, Tim Pengabdian Masyarakat juga mendaftarkan UMKM Kosan Mantan di website bernama PergiKuliner. PergiKuliner merupakan sebuah website yang telah digunakan oleh banyak para pelaku usaha untuk turut mempromosikan usaha mereka. Melalui PergiKuliner, para calon konsumen dapat memperoleh informasi seputar menu, promo, hingga review dari tempat usaha itu sendiri. Pendaftaran akun PergiKuliner Kosan Mantan saat ini sedang dalam proses publikasi dan akan terus dipantau kedepannya oleh Tim Pengabdian Masyarakat hingga informasi mengenai Kosan Mantan dapat dijangkau secara luas oleh para pengguna internet di Indonesia, khususnya daerah Jabodetabek.

Dalam pendampingan kegiatan ini, Tim Pengabdian Masyarakat sadar bahwa sebuah UMKM butuh melakukan inisiatif yang bertujuan untuk menjaga kelestarian lingkungan. Salah satunya adalah pengurangan penggunaan sedotan plastik. Sedotan plastik terbuat dari bahan anorganik yang tidak mudah terurai. Penggunaan sedotan plastik sekali pakai hanya untuk sesaat, namun dapat menambah jumlah limbah di lingkungan. Limbah sedotan plastik dapat menyebabkan kerusakan lingkungan, salah satunya pencemaran laut. Upaya menuju lingkungan yang bebas dari limbah plastik, terutama sedotan, melibatkan pengurangan penggunaan melalui penggunaan alternatif yang ramah lingkungan dan daur ulang limbahnya untuk menciptakan produk (Pengurangan Penggunaan Sedotan Plastik Di Lingkungan Sekolah dan Masyarakat, Agustian, & Dwi Safitri dan Aina Fauzia, 2020).

*Edible straw* merupakan alternatif sedotan yang dapat digunakan sebagai pengganti plastik sebab berbahan dasar aman untuk dikonsumsi tanpa membahayakan lingkungan (Pengesahan & Rahmawati, 156AD). Sedotan ini dibuat dari bahan ramah lingkungan dan mengalami waktu terurai yang lebih singkat dibandingkan dengan sedotan plastik, yang membutuhkan waktu lebih lama untuk terurai di lingkungan (Lestari, Finatsiyatull Rosida, & Agung Wicaksono, n.d.). Bahan pembentuk sedotan yang dapat dikonsumsi berasal dari lemak (lipid), karbohidrat (polisakarida), dan protein (polipeptida) sebagai komponen makromolekul utama (Widodo et al., 2019). Bahan utama untuk pembuatan sedotan yang dapat dikonsumsi dalam penelitian ini adalah beras.



**Gambar 5.** *Edible Straw*  
*Produk Kosan Mantan*



**Gambar 6.** *Edible Straw dengan*

Setelah sadar akan bahaya sedotan plastik, Tim Pengabdian Masyarakat memberikan edukasi kepada Kak Guna selaku pemilik UMKM Kosan Mantan untuk ikut serta dalam



pelestarian lingkungan yang dimulai dari penggantian sedotan plastik menjadi *edible straw* yang bisa dimakan dan lebih mudah terurai. Tim Pengabdian Masyarakat mulai dengan membeli dua bungkus *edible straw* yang berisi 200 *edible straw* yang Tim Pengabdian Masyarakat berikan sebagai bentuk pengganti sedotan plastik di setiap minuman yang dijual Kosan Mantan.



**Gambar 7.** Proses Penyerahan Edible Straw Kepada UMKM Kosan Mantan

### Tahapan Evaluasi

Dalam tahap evaluasi ini, Tim pengabdian masyarakat akan meninjau lebih lanjut mengenai metode dan hasil yang sudah diberikan pada UMKM Kosan Mantan. Kegiatan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Masyarakat diuraikan dalam tabel berikut.

**Tabel 1.** Evaluasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Sebelum	Sesudah	Persentase
1.	Akun Tiktok yang kurang aktif	Pembuatan konten Tiktok sehingga akun Tiktok aktif kembali.	90%
2.	Penggunaan sedotan plastic yang tidak ramah lingkungan	Penggantian sedotan plastik menjadi <i>Edible Straw</i> yang ramah lingkungan.	100%
3.	Belum memiliki akun di salah satu platform kuliner	Pendaftaran akun di platform PergiKuliner.	80%

Berdasarkan hasil dari pelaksanaan kegiatan yang telah Tim Pengabdian Masyarakat lakukan, program yang ditargetkan kepada UMKM Kosan Mantan telah memenuhi tujuan yang telah ditetapkan sedari awal. Dari hasil tersebut, pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat dapat dikatakan sudah berjalan baik karena pemilik dari Kosan Mantan yaitu kak Guna lebih memiliki kesadaran mengenai pentingnya penggunaan sosial media sebagai media promosi digital yang membuat Kosan Mantan lebih dikenal secara luas. Selain itu, pelaku



usaha juga menyadari akan pentingnya pengurangan limbah plastik yang dimulai dari hal kecil, seperti penggantian sedotan plastik menjadi *edible straw* yang dapat dikonsumsi serta mudah terurai di alam.

## **Kesimpulan**

Saat ini penggunaan media sosial sangat berdampak bagi UMKM di Indonesia, namun masih banyak yang belum menggunakan media sosial sebagai digital marketingnya. Oleh karena itu Tim Pengabdian Masyarakat melakukan kegiatan pengabdian masyarakat terhadap salah satu UMKM, yakni Kosan Mantan dengan tujuan awareness mengenai pentingnya penggunaan sosial media sebagai salah satu media promosi yang dapat meningkatkan perhatian masyarakat dan dapat meningkatkan penjualan dari UMKM tersebut. Selain itu, Tim Pengabdian Masyarakat juga meningkatkan kesadaran para pelaku usaha mengenai pentingnya mengurangi limbah plastik dengan cara menggunakan produk eco-green seperti mengganti sedotan plastik menjadi edible straw yaitu sedotan berbahan beras yang mudah terurai di alam bahkan dapat dikonsumsi bersamaan dengan minuman. Dari Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini mencapai hasil, yaitu pelaku UMKM Kosan Mantan lebih aware terhadap penggunaan bahan Eco-Green dan mengetahui betapa pentingnya digital marketing untuk memperluas jangkauan pelanggan Kosan Mantan.

Kami sangat merekomendasikan para UMKM lainnya untuk menggunakan produk edible-straw ini, dengan penggunaan edible-straw tersebut dapat membantu mengurangi limbah plastik yang sampai saat ini masih sangat banyak di Indonesia. Sebab penggunaan edible-straw akan memberikan pengalaman baru bagi konsumen, serta akan meningkatkan minat konsumen terhadap sebuah usaha. Penggunaan edible-straw merupakan salah satu contoh dari green-marketing. Green Marketing, menurut The American Marketing Association (AMA) merupakan pemasaran produk yang lebih ditekankan pada keselamatan lingkungan hidup. Green Marketing berpengaruh terhadap minat beli karena Green Marketing memiliki konsep ramah lingkungan sehingga dapat menumbuhkan minat beli konsumen. Maka, dapat disimpulkan bahwa dengan UMKM menerapkan konsep green-marketing akan secara otomatis dapat meningkatkan minat konsumen dalam membeli produk tersebut (Widia Nuraisyah, 2023).



## Ucapan Terima Kasih

Terima kasih disampaikan kepada pemilik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Kosan Mantan yaitu kak Guna beserta seluruh rekan yang terlibat dalam kerja sama untuk mewujudkan kegiatan pengabdian masyarakat sehingga kegiatan dapat dilaksanakan dengan baik dan lancar.

## Daftar Pustaka

- Gonibala, N., Masinambow, V. A., Th Maramis, M. B., Ekonomi Pembangunan, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (n.d.). Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan Umkm Di Kota Kotamobagu.
- Hilmiana, H., & Kirana, D. H. (2021). Peningkatan Kesejahteraan Umkm Melalui Strategi Digital Marketing. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 124. Universitas Padjadjaran.
- Keputusan Pembelian Pelanggan Rumah Makan Di Jawa Barat Rio Haribowo, T., Tannady, H., Yusuf, M., & Wisnu Wardhana, G. (2022). *Analysis Of The Role Of Social Media Marketing, Product Quality And Brand Awareness On Buying Decisions For Restaurant Customers In West Java* Analisis Peran Social Media Marketing, Kualitas Produk Dan Brand Awareness. *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3). Retrieved from <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Lestari, I., Finatsiyatull Rosida, D., & Agung Wicaksono, L. (n.d.). Kajian Kualitas Fisik Edible Straw Dari Pati Ubi Jalar Kuning (*Ipomea batatas L.*) *Study of Phycical Quality of Edible Straw from Yellow Sweet Potato Starch (Ipomea Batatas L.)* (Vol. 11).
- Pengesahan, L., & Rahmawati, D. P. (156AD). Pengaruh Jenis Pati Dan Konsentrasi Karagenan Terhadap Karakteristik Edible Straw.
- Pengurangan Penggunaan Sedotan Plastik Di Lingkungan Sekolah dan Masyarakat, S., Agustian, S. S., & Dwi Safitri dan Aina Fauzia, M. (2020). Dissemination of Reduction in Use of Plastic Straws in Schools and Communities, 2020(1), 122–130. Retrieved from <http://journal.uny.ac.id/index.php/jpmmp>
- Putri Yulianingtyas. (2023, July 27). Kurangi Sampah Plastik dengan Edible Straw.
- Rimadias, S., Sufina, L., Ardianto, F., Rida Riyanti, A., Hagin Maengga, J., & Indonesia Banking School, S. (2023). Realisasi Eco-Green dan Pemasaran Media Sosial Pada



Pedagang Gerobak Mangkal Di Kawasan Kemang Raya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2).

Sundari, S., & Sulistyowarni, I. (2022). Strategi Pengembangan Umkm Kuliner Pada Masa Pandemi Covid-19 (Vol. 7).

timbulan-sampah-di-indonesia-belum-sepenuhnya-terkelola-pada-2022. (n.d.). .

Widia Nuraisyah, N. R. N. (2023). Pengaruh Green Marketing terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Starbucks Di Sekitar Purwosari).

Widodo, Lu., Neza Wati, S., Made Vivi, N. A., Studi Teknik Kimia, P., Teknik, F., Veteran Jawa Timur Jl Raya Rungkut Madya, U., Anyar, G., et al. (2019). Pembuatan Edible Film Dari Labu Kuning Dan Kitosan Dengan Gliserol Sebagai Plasticizer *Making Edible Film From Yellow Pumpkin and Chitosan With Glycerol as Plasticizer*.