Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 4 Juli 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 6417-6422

PENGEMBANGAN UMKM KREATIF MELALUI INOVASI ES KRIM SEHAT DAN PEMASARAN DIGITAL BERBASIS BUAH LOKAL DI SMK AGRIBISNIS DANGAU DATUK KOTA BENGKULU

Nur Hidayah[1], Melisa Nuraini[2] Refaldo Saputra[3], Menzen[4], Eka Sri Wahyuni[5]
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu
Email: nurhidayahida716@gmail.com, melisaanurainii05@gmail.com, refaldosyah@gmail.com, misboy000@gmail.com, eka_sri@mail.uinfasbengkulu.ac.id.

Abstrak
Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan pengembangan potensi lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan UMKM kreatif melalui inovasi es krim sehat berbasis buah lokal dan pemasaran digital di SMK Agribisnis Dangau Datuk Kota Bengkulu. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan pelatihan dan pendampingan. Kegiatan dilakukan melalui observasi, sosialisasi, pelatihan produksi es krim sehat, pelatihan pemasaran digital, serta pendampingan dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu mengolah buah lokal menjadi produk es krim sehat yang memiliki nilai tambah dan daya jual lebih tinggi. Selain itu, peserta juga memahami penggunaan media sosial sebagai sarana promosi produk UMKM. Kegiatan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan keterampilan peserta, menambah nilai ekonomis buah lokal, serta mendukung pengembangan UMKM kreatif yang inovatif dan berdaya saing.
Kata Kunci: Buah Lokal, Es Krim Sehat, Pemasaran Digital, UMKM.

Abstract
Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in improving the community's economy through job creation, income enhancement, and local potential development. This study aims to develop creative MSMEs through healthy ice cream innovation based on local fruits and digital marketing at SMK Agribisnis Dangau Datuk Bengkulu City. The research method used is descriptive with training and mentoring approaches. The activities were carried out through observation, socialization, healthy ice cream production training, digital marketing training, and mentoring and evaluation. The results showed that participants were able to process local fruits into healthy ice cream products with higher economic value and selling power. In addition, participants also understood the use of social media as a promotional medium for MSME products. This activity had a positive impact on improving participants' skills, increasing the economic value of local fruits, and supporting the development of innovative and competitive creative MSMEs.
Keywords*: Digital Marketing, Healthy Ice Cream, Local Fruits, Msmes.*

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 4 Juli 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 6417-6422

A. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, serta pengembangan potensi lokal. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM dijelaskan bahwa UMKM merupakan sektor usaha yang memiliki peran dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat dan peningkatan daya saing usaha di Indonesia[1].

Di tengah persaingan usaha yang semakin ketat, pelaku UMKM dituntut untuk terus berinovasi dalam menghasilkan produk bernilai jual tinggi[2]. Salah satu inovasi yang dapat dikembangkan ialah produk pangan sehat berbasis bahan lokal seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat. Kota Bengkulu memiliki potensi buah lokal yang melimpah, seperti mangga, pisang, dan buah naga[3]. Namun, pemanfaatannya masih belum optimal karena sebagian besar hanya dijual dalam bentuk segar sehingga nilai ekonominya rendah.

Oleh karena itu, diperlukan inovasi pengolahan buah lokal menjadi produk bernilai tambah, salah satunya es krim sehat berbahan alami yang bergizi dan menarik bagi masyarakat, terutama anak-anak dan remaja. Selain inovasi produk, pemasaran digital juga berperan penting dalam pengembangan UMKM[4]. Perkembangan teknologi dan media sosial membuka peluang pemasaran yang lebih luas, tetapi masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu memanfaatkannya secara optimal karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan digital.

SMK Agribisnis Dangau Datuk Kota Bengkulu sebagai lembaga pendidikan berbasis keterampilan memiliki potensi dalam mendukung pengembangan UMKM kreatif melalui pelatihan dan pendampingan. Oleh karena itu, kegiatan pengembangan UMKM kreatif melalui inovasi es krim sehat dan pemasaran digital berbasis buah lokal perlu dilakukan untuk meningkatkan keterampilan peserta, menambah nilai ekonomis buah lokal, serta menciptakan usaha kreatif yang inovatif dan berdaya saing.

B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan pelatihan dan pendampingan[5]. Penelitian dilaksanakan pada tahun 2026 di SMK Agribisnis Dangau Datuk Kota Bengkulu dengan sasaran siswa dan pelaku UMKM binaan sekolah.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan observasi dan identifikasi masalah melalui survei dan wawancara untuk mengetahui kondisi UMKM, potensi buah lokal, serta kendala

---

[1] Abdur Rahim2 Rofii1, 'Perkembangan Ekonomi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Dan Fiqih Siyasah', 18.1978 (2024), P. 2587.

[2] Wisnu Priambodo And M Heru Budi S, 'Pelatihan Inovasi Es Krim Berbasis Sayur Dan Buah Lokal Untuk Pemberdayaan Komunitas', 5.2 (2026), Pp. 1045-1046.

[3] Gordianus Pratama Baho And Others, 'Pentingnya Peningkatan Gizi Anak Berbasis Pangan Lokal', 2.3 (2024), P, 1-2.

[4] Dewi Zulfa And Others, 'STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS PEMASARAN DIGITAL DAN', 4.2 (2023), Pp. 85–99.

[5] Acai Sudirman, *Metodologi Penelitian: Pendekatan Multidisipliner*.

yang dihadapi dalam pengembangan produk dan pemasaran. Selanjutnya dilakukan sosialisasi mengenai pentingnya inovasi produk dan pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing usaha.

Tahap berikutnya yaitu pelatihan produksi es krim sehat berbasis buah lokal yang meliputi pemilihan bahan baku, pengenalan alat dan bahan, praktik pembuatan es krim, teknik pengemasan produk, serta penerapan kebersihan dan kualitas produk[6]. Selain itu, peserta juga diberikan pelatihan pemasaran digital melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok untuk mendukung promosi produk[7].

Setelah pelatihan selesai, dilakukan pendampingan dan evaluasi untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta serta keberhasilan program dalam meningkatkan keterampilan pengolahan produk dan pemasaran digital[8].

C. Hasil dan Pembahasan

1. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang memiliki kontribusi besar dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia menjelaskan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat[9].

Pertumbuhan UMKM memerlukan inovasi dan kreativitas agar mampu bersaing di era modern[10]. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital juga menjadi faktor penting dalam mendukung perkembangan usaha.

2. Pengembangan Inovasi Es Krim Sehat Berbasis Buah Lokal

Kegiatan pengembangan UMKM kreatif melalui inovasi es krim sehat berbasis buah lokal di SMK Agribisnis Dangau Datuk Kota Bengkulu telah dilaksanakan dengan baik. Kegiatan ini dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan kreativitas dan keterampilan peserta dalam mengembangkan produk usaha berbasis potensi lokal sekaligus meningkatkan pemahaman mengenai pemasaran digital di era modern[11].

Berdasarkan hasil observasi awal, diketahui bahwa daerah sekitar memiliki potensi buah lokal yang cukup melimpah seperti mangga, pisang, dan buah naga[12]. Namun, pemanfaatan buah lokal tersebut masih terbatas karena sebagian besar hanya dijual dalam bentuk buah segar tanpa pengolahan lebih lanjut.

---

[6] Reslely Harjanti And Others, 'Of Dedicators Pelatihan Pembuatan Es Krim Buah Naga Sebagai Upaya Peningkatan Gizi Keluarga Bagi Kader Pkk Kadipiro Banjarsari Surakarta', 2020, Pp. 41–46, Doi:10.340001/Jdc.V4i1.878.

[7] Cindy Yolanda, 'Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2.3 (2024), Pp. 170–86, Doi:10.36490/Jmdb.V2i3.1147.

[8] Vikto Kurniawan And Others, 'Pengaruh Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Terhadap Peningkatan Perekonomian Indonesia Tahun 2024', *Musytari: Jurnal Neraca Manajemen, Ekonomi*, 9.4 (2024), Pp. 3-4.

[9] Atsna Himmatul Aliyah, 'Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat', *Welfare Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3.1 (2022), Pp. 64–72, Doi:10.37058/Wlfr.V3i1.4719.

[10] Nico Aditia Siagian And Lili Dasa Putri, 'Upaya Ekonomi Kreatif Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Di Indonesia', 1.8 (2025), Pp. 1581–87.

[11] Sri Sudiarti And Others, 'Pendampingan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal Di Desa Wisata', 3.August (2025), P. 202.

[12] Abdul Majid And Others, 'Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM', 40.2 (2023), Pp. 52–63.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 4 Juli 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 6417-6422

Melalui kegiatan pelatihan, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya inovasi produk dalam pengembangan usaha[13]. Inovasi dilakukan dengan mengolah buah lokal menjadi es krim sehat yang memiliki cita rasa menarik, kandungan gizi yang baik, serta nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan penjualan buah secara langsung. Penggunaan bahan alami dalam proses produksi menjadi salah satu keunggulan produk karena mampu menarik minat konsumen yang mulai memperhatikan pola konsumsi makanan sehat[14].

Pada tahap pelatihan produksi, peserta diajarkan mengenai proses pembuatan es krim sehat mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan buah, pencampuran bahan, hingga proses pendinginan dan penyimpanan produk. Peserta juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya menjaga kebersihan alat dan bahan agar kualitas produk tetap terjaga.

3. Penerapan Pemasaran Digital dalam Pengembangan UMKM

Kegiatan ini juga memberikan pelatihan mengenai pemasaran digital sebagai strategi pengembangan UMKM di era teknologi[15]. Peserta diperkenalkan pada penggunaan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business sebagai sarana promosi produk. Dalam pelatihan ini peserta diajarkan cara membuat foto produk yang menarik, membuat video promosi sederhana, serta menyusun caption promosi yang mampu menarik perhatian konsumen.

Penerapan pemasaran digital memberikan dampak positif bagi peserta karena mereka mulai memahami bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran yang efektif dengan biaya yang relatif rendah[16]. Selain membantu memperluas jangkauan pasar, pemasaran digital juga membantu peserta membangun komunikasi dengan konsumen serta meningkatkan daya tarik produk melalui konten kreatif.

Secara keseluruhan, kegiatan pengembangan UMKM kreatif melalui inovasi es krim sehat dan pemasaran digital berbasis buah lokal di SMK Agribisnis Dangau Datuk Kota Bengkulu mampu meningkatkan keterampilan peserta dalam pengolahan produk dan pemasaran digital. Kegiatan ini juga membantu meningkatkan nilai tambah buah lokal serta mendukung terciptanya UMKM kreatif yang inovatif dan berdaya saing di era digital.

D. Penutup

Kegiatan pengembangan UMKM kreatif melalui inovasi es krim sehat dan pemasaran digital berbasis buah lokal di SMK Agribisnis Dangau Datuk Kota Bengkulu telah terlaksana dengan baik. Kegiatan ini mampu meningkatkan keterampilan peserta dalam mengolah buah lokal menjadi produk bernilai tambah serta meningkatkan pemahaman

[13] A L Fathir And D I Medan, 'Pembinaan Dan Pengembangan Usaha Ice Cream Alpukat Al-Fathir Di Medan', 07.03 (2025), P. 2.

[14] Eka Putri Surya, 'Peningkatan Nilai Tambah Buah Lokal Di Desa Bangunsari Melalui Pendampingan Dan Pelatihan Dalam Pengembangan Kue Buah', P. 1258.

[15] Luh Putu Lia Kharisma Wirayanti, 'Digital Marketing : Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kasyaraa . Co', 6.2 (2024), Pp. 282–83.

[16] Abdul Hamid And Muhammad Kamal Zubair, 'Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah', *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1.1 (2019), Pp. 16–34, Doi:10.35905/Balanca.V1i1.1037.

mengenai pemasaran digital melalui media sosial.

Melalui pelatihan dan pendampingan yang dilakukan, peserta mampu menghasilkan produk es krim sehat berbahan alami dengan kualitas yang baik dan memiliki daya tarik bagi konsumen. Selain itu, pemanfaatan pemasaran digital membantu peserta memahami strategi promosi produk yang lebih efektif dan luas di era teknologi. Kegiatan ini juga memberikan dampak positif dalam mendukung pengembangan UMKM kreatif, meningkatkan nilai ekonomis buah lokal, serta menumbuhkan jiwa kewirausahaan peserta.

Diharapkan kegiatan serupa dapat dilakukan secara berkelanjutan agar keterampilan peserta terus berkembang dan mampu menciptakan produk inovatif lainnya berbasis potensi lokal. Selain itu, diperlukan pendampingan lanjutan dalam pengembangan pemasaran digital agar produk UMKM dapat dikenal lebih luas dan memiliki daya saing yang lebih tinggi.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 4 Juli 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 6417-6422

DAFTAR PUSTAKA

Aliyah, Atsna Himmatul, 'Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat', *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3.1 (2022), pp. 64–72, doi:10.37058/wlfr.v3i1.4719

Baho, Gordianus Pratama, Indriyati Indriyati, Hendrikus L Kaha, Frans Nyong, Yasinta P Peten, Stephanie P A Lawalu, and others, 'Pentingnya Peningkatan Gizi Anak Berbasis Pangan Lokal', 2.3 (2024)

Fathir, A L, and D I Medan, 'PEMBINAAN DAN PENGEMBANGAN USAHA ICE CREAM ALPUKAT AL-FATHIR DI MEDAN', 07.03 (2025), p. 2

Hamid, Abdul, and Muhammad Kamal Zubair, 'Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah', *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1.1 (2019), pp. 16–34, doi:10.35905/balanca.v1i1.1037

Harjanti, Reslely, Siti Aisiyah, Vivin Nopiyanti, and Titik Sunarni, 'Of Dedicators Pelatihan Pembuatan Es Krim Buah Naga Sebagai Upaya Peningkatan Gizi Keluarga Bagi Kader PKK Kadipiro Banjarsari Surakarta', 2020, pp. 41–46, doi:10.340001/jdc.v4i1.878

Kurniawan, Vikto, Muhammad Faisal, Reza Ansori, and Roni Yunus Pangaribuan, 'Pengaruh UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Terhadap Peningkatan Perekonomian Indonesia Tahun 2024', *MUSYTARI: Jurnal Neraca Manajemen, Ekonomi*, 9.4 (2024), pp. 1–9

Luh Putu Lia Kharisma Wirayanti, 'DIGITAL MARKETING : PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK KASYARAA . CO', 6.2 (2024), pp. 282–83

Majid, Abdul, Erna Nur Faizah, Fakultas Ekonomi, and Universitas Muhammadiyah Lamongan, 'Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM', 40.2 (2023), pp. 52–63

Priambodo, Wisnu, and M Heru Budi S, 'Pelatihan Inovasi Es Krim Berbasis Sayur Dan Buah Lokal Untuk Pemberdayaan Komunitas', 5.2 (2026), pp. 1045–53

Rofii1, Abdur Rahim2, 'PERKEMBANGAN EKONOMI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2008 DAN FIQIH SIYASAH', 18.1978 (2024), p. 2587

Siagian, Nico Aditia, and Lili Dasa Putri, 'Upaya Ekonomi Kreatif Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Di Indonesia', 1.8 (2025), pp. 1581–87

Sudiarti, Sri, Nanang Rusliana, Nuk Gurroh Setyoningrum, Raisa Hillia, and Aini Syfa, 'Pendampingan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal Di Desa Wisata', 3.August (2025), p. 202

Sudirman, Acai, *METODOLOGI PENELITIAN: PENDEKATAN MULTIDISIPLINER*

Surya, Eka Putri, 'Peningkatan Nilai Tambah Buah Lokal Di Desa Bangunsari Melalui Pendampingan Dan Pelatihan Dalam Pengembangan Kue Buah', p. 1258

Yolanda, Cindy, 'Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2.3 (2024), pp. 170–86, doi:10.36490/jmdb.v2i3.1147

Zulfa, Dewi, Hikmatul Latifah, Dimas Altaffa, and Indah Lutfianti, 'STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS PEMASARAN DIGITAL DAN', 4.2 (2023), pp. 85–99