



Upscaling Bisnis Kelompok Usaha Gula Kelapa di Desa Karangduwur melalui Culture Identity Packaging dan Strategi Digital Marketing

Nabila Noor Qisthani¹, Muhammad Iqbal Faturohman^{2*}, Emmareta Fauziah³

¹Teknik Logistik, Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Indonesia

²Desain Produk, Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Indonesia

³Teknik Industri, Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Indonesia

E-mail:* faturohmaniqbal@ittelkom-pwt.ac.id

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v6i1.2009>

Info Artikel:

Diterima :

21-09-2024

Diperbaiki :

02-12-2024

Disetujui :

24-12-2024

Kata Kunci: Gula Kelapa, Peningkatan Bisnis, *Identity culture Packaging*, *Digital Marketing*

Abstrak: Desa Karangduwur, yang terletak di Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah, memiliki potensi besar dalam industri gula kelapa, dengan hampir 50% dari 1.598 kepala keluarga berprofesi sebagai penderes dan pengrajin gula kelapa. Meskipun produksi gula kelapa yang signifikan, para pengrajin menghadapi tantangan dalam pemasaran dan kapasitas produksi yang optimal. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kapasitas produksi melalui pendekatan partisipatif dalam program kemitraan masyarakat. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, pelatihan, dan penerapan teknologi, termasuk pembangunan dapur bersih dan penggunaan vakum sealer. Hasil dari program menunjukkan peningkatan kualitas dan kapasitas produksi, penguatan kemampuan pemasaran melalui digital marketing, serta penerapan kemasan berbasis identitas budaya. Dampak ekonomi yang positif terlihat dari peningkatan pendapatan pengrajin serta kualitas produk yang lebih baik. Program ini menunjukkan bahwa intervensi yang tepat dapat memaksimalkan potensi lokal dan memberikan manfaat berkelanjutan bagi masyarakat.

Abstract: Karangduwur Village, located in the Ayah District of Kebumen Regency, Central Java, possesses significant potential in the coconut sugar industry, with nearly 50% of its 1,598 households engaged as sap collectors and coconut sugar artisans. Despite substantial coconut sugar production, artisans face challenges in marketing and achieving optimal production

capacity. This study aims to enhance knowledge, skills, and production capacity through a participatory approach within a community partnership program. Methods employed include socialization, training, and the implementation of technology, such as the establishment of clean kitchens and the use of vacuum sealers. Results from the program indicate improvements in product quality and production capacity, strengthened marketing capabilities through digital marketing, and the introduction of culturally-identity packaging. The positive economic impact is evidenced by increased artisan incomes and enhanced product quality. This program illustrates that appropriate interventions can maximize local potential and provide sustainable benefits for the community.

Keywords: Coconut Sugar, Enhancing Business, Identity culture Packaging, Digital Marketing

Pendahuluan

Desa Karangduwur merupakan desa yang berada di Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah yang memiliki luas 415,23 Ha dengan geografis alam yang diapit oleh bukit, hutan, dan garis pantai selatan dengan pantai yang terkenal yaitu Pantai Menganti (Wandira & Lestari, 2021). Kecamatan Ayah terkenal sebagai salah satu penghasil gula kelapa terbesar di Kabupaten Kebumen dengan data produksi gula kelapa pada tahun 2018 sebesar 89.877,60 kwintal (Afriyani et al., 2018). Adapun jumlah Produk Gula Kelapa Kabupaten Kebumen dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.

Kecamatan	Produksi gula (kw)
Ayah	89.877,60
Buayan	16.329,60
Puring	30.715,20
Petanahan	25.660,80
Klirong	13.547,52
Buluspesantren	14.284,40
Ambal	12.312,00
Mirit	11.932,20
Bonorowo	5.054,40
Prembun	1.468,80
Rowokele	13.478,40
Sempor	9.331,20
Karanganyar	8.445,60
Karangayam	2.073,60
Sadang	5.184,01

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Kebumen Tahun 2018

Gambar 1. Jumlah Produk Gula Kelapa Kabupaten Kebumen

Jumlah kepala keluarga (KK) di Desa Karangduwur mencapai 1.598 KK, dengan mayoritas penduduk menggantungkan hidup sebagai petani, nelayan, dan pedagang. Hampir 50% dari total rumah tangga di desa ini adalah penderes dan pengrajin gula kelapa, yang menjadikan industri gula kelapa sebagai salah satu sumber pendapatan utama bagi masyarakat setempat. Proses pembuatan gula kelapa dimulai dengan kegiatan penderes, yaitu mengambil air nira dari pohon kelapa. Kegiatan ini dilakukan pada pagi hari dengan menggunakan wadah penampungan khusus, dan

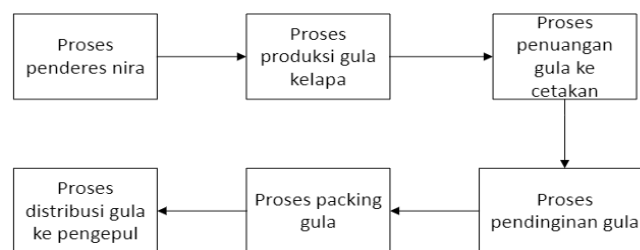
biasanya pemanenan dilakukan kembali pada sore hari untuk memastikan kualitas nira yang optimal. Setelah nira terkumpul, penderes melanjutkan ke tahap perebusan, di mana nira kelapa direbus dalam wajan besar. Proses ini memerlukan perhatian khusus, karena api harus tetap menyala dengan stabil agar nira kelapa dapat berubah menjadi gula.

Perebusan nira kelapa hingga mencapai tekstur yang tepat menjadi gula siap cetak memakan waktu sekitar 4 jam. Durasi ini dapat bervariasi tergantung pada kestabilan api yang digunakan; jika api terlalu besar atau kecil, hasil akhir dapat terpengaruh. Setelah proses perebusan selesai, nira yang telah menjadi gula kemudian dicetak dan dikeringkan. Proses pencetakan dan pengeringan ini memerlukan waktu tambahan sekitar 2 jam, memastikan bahwa gula kelapa yang dihasilkan memiliki kualitas terbaik sebelum dipasarkan. Berikut merupakan Peta Desa, Proses Perebusan Nira Kelapa dan Produk Gula Kelapa yang dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Peta Desa, Proses Perebusan Nira Kelapa dan Produk Gula Kelapa

Secara umum proses produksi gula kelapa di Desa Karangduwur dapat dilihat pada Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Rantai Pasok Gula Kelapa Nusantara

Mitra pada kegiatan PKM ini adalah pengrajin gula di Desa Karangduwur yang telah membangun usaha Gula Kelapa selama hampir enam tahun. Permasalahan yang dialami oleh mitra adalah belum mampu memasarkan sendiri produk gula kelapa yang dihasilkan sehingga sangat bergantung dengan pengepul yang seringkali mempermainkan harga dipasaran. Padahal mitra memiliki potensi yang cukup besar

untuk dapat memasarkan produk gula kelapa yang dihasilkan dikarenakan lokasi mitra yang sangat dekat dengan objek wisata Pantai Menganti dan semakin majunya pemasaran berbasis digital. Namun untuk dapat meningkatkan jumlah penjualan dan memperbesar cakupan pasar diperlukan peningkatan kapasitas produksi harian yang memperhatikan aspek kebersihan dan kesehatan pangan.

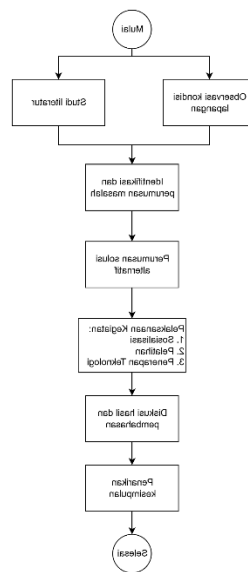
Mitra pengrajin gula kelapa di Karangduwur memiliki berbagai potensi, di antaranya adalah lokasinya yang strategis di Kebumen, yang kaya akan pohon kelapa. Kebumen sendiri merupakan penghasil kelapa terbesar ke-14 di Indonesia dan yang terbesar di Jawa Tengah. Selain itu, lokasinya yang dekat dengan Pantai Menganti, yang dikunjungi 115.775 wisatawan saat libur lebaran 2022 – merupakan kunjungan terbanyak ketiga di Jawa Tengah—memberikan peluang bagi Gula Kelapa sebagai oleh-oleh khas, mengingat saat ini pantai tersebut hanya menawarkan *seafood*. Masyarakat setempat telah mengembangkan keterampilan yang baik dalam pembuatan gula kelapa murni tanpa tambahan bahan kimia, yang menunjukkan komitmen para pengrajin terhadap kualitas dan keaslian produk. Meskipun demikian, ada peluang signifikan untuk meningkatkan kualitas produk lebih lanjut melalui perbaikan dalam proses produksi, seperti peningkatan teknik pemanenan, pengolahan, dan penerapan standar kebersihan yang lebih ketat.

Namun, mitra menghadapi sejumlah tantangan yang menghambat pengembangan usaha para pengrajin. Salah satunya adalah ketidakmampuan untuk memasarkan produk secara online, yang disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang dinamika pasar digital. Akibatnya, para pengrajin terpaksa menjual produk para pengrajin hanya kepada pengepul dengan harga beli yang relatif rendah, yaitu Rp. 15.000/kg, sementara harga jual di pasar dapat mencapai Rp. 20.000 hingga Rp. 30.000/kg. Hal ini tentunya mengakibatkan keuntungan yang tidak optimal bagi para pengrajin (Chau et al., 2009). Di samping itu, kemasan produk yang masih sederhana menjadi faktor lain yang menghambat daya tarik produk di pasar. Mitra juga belum memiliki merek dagang, yang dapat meningkatkan identitas produk (Qisthani et al., 2023). Selain itu, para pengrajin belum memperoleh izin Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), yang diperlukan untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar keamanan dan kualitas yang diharapkan oleh konsumen. Kapasitas produksi juga belum mencapai potensi maksimal, dan kondisi tempat produksi belum memenuhi standar kebersihan yang diperlukan untuk menjamin kualitas produk. Semua faktor ini berkontribusi pada tantangan utama yang dihadapi oleh mitra perajin gula kelapa, terutama dalam aspek

produksi dan pemasaran. Upaya yang terintegrasi untuk mengatasi masalah ini sangat diperlukan agar potensi usaha para pengrajin dapat dimaksimalkan dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat.

Metode

Berikut merupakan desain proses pelaksanaan pengabdian masyarakat ini yang dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Desain Proses Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan melibatkan masyarakat sebagai pihak utama dalam segala aspek kegiatan (Nabila Noor Qisthani et al., 2023) (mulai dari sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi serta keberlanjutan program), yang didasarkan pada identifikasi masalah dan solusi alternatif yang direncanakan bersama antara petugas pengabdian/fasilitator dengan mitra sasaran. Masalah utama dari mitra pengrajin gula kelapa adalah pemasaran dan produksi. Metode kegiatan dalam upscaling bisnis di Kelompok Tani Gula Kelapa Nusantara, Desa Karangduwur mencakup serangkaian langkah yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat dan perangkat desa. Diskusi (FGD), penyuluhan, pelatihan (baik umum maupun khusus pengolahan produk gula kelapa), dan pendampingan menjadi komponen utama dari pendekatan ini. Dengan pendekatan ini, diharapkan mitra sasaran dapat meningkatkan skala bisnis industri gula kelapa secara berkelanjutan. Pelaksanaan pengabdian

masyarakat ini akan dijalankan oleh Tim Pelaksana dengan mengikuti tahapan berikut:

1. Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi dalam program kemitraan masyarakat (PKM) ini merupakan langkah penting untuk memperkenalkan, mengedukasi, dan melibatkan masyarakat dalam proyek yang dilaksanakan (Nugroho, 2018). Dalam PKM ini, beberapa kegiatan sosialisasi yang dilakukan mencakup pendampingan kepada mitra tentang dapur bersih, keamanan pangan, dan pengajuan PIRT (Produksi Pangan Industri Rumah Tangga). Selain itu, juga diberikan informasi dan pelatihan mengenai variasi pengemasan produk serta sosialisasi tentang pentingnya upscaling produk. Tak ketinggalan, diadakan juga workshop terkait digital marketing untuk mendukung pengembangan mitra

2. Pelatihan

Salah satu metode efektif untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kapasitas masyarakat dalam mengatasi masalah yang dihadapi mitra adalah melalui pelatihan (Selviyanti et al., 2019). Pelatihan ini dirancang berdasarkan permasalahan yang diidentifikasi oleh mitra dan tim pengabdian yang berusaha menyelesaikannya dengan praktik langsung. Beberapa kegiatan pelatihan yang dilakukan dalam PKM ini meliputi pelatihan pembuatan dapur bersih, pelatihan pembuatan kemasan berbasis identitas budaya, pelatihan vakum dan sealer gula untuk memperpanjang umur simpan dan mempermudah pengemasan, serta pelatihan mengenai pembuatan media sosial dan toko online di e-commerce.

3. Penerapan Teknologi

Penerapan teknologi yang dilakukan pada PKM ini adalah pembangunan dan penginstallan dapur bersih di tempat produksi Kelompok Tani Gula Kelapa Nusantara yang menggunakan fitur tambahan yaitu sistem exhausting yang efisien untuk menghilangkan asap produksi yang dihasilkan selama proses pemasakan nira dan mengurangi kemungkinan kontaminasi udara selama proses produksi (Made Sudri et al., 2019) dan tentunya dengan penambahan alat produksi lainnya seperti wajan dan juga pengaduk akan dapat membantu mitra untuk meningkatkan kapasitas produksi. Selain itu terdapat penerapan teknologi terkait pengemasan dengan melakukan pelatihan dan pendampingan cara vakum dan sealer produk gula dengan pemberian teknologi berupa alat *vaccum sealer* untuk menambah umur simpan produk dan agar produk gula kelapa dapat disimpan lebih lama (Maherawati et al., 2023) dan juga untuk menyesuaikan

dengan desain kemasan baru yang berbasis *identity culture* . Berikut gambaran penerapan teknologi dapur bersih pada Gambar 5.



Gambar 5. Desain Dapur Bersih

Hasil dan Pembahasan

Dalam upaya mengatasi masalah ini, program kemitraan masyarakat (PKM) dilakukan dengan pendekatan partisipatif yang melibatkan masyarakat secara aktif dalam setiap tahapan, mulai dari sosialisasi hingga penerapan teknologi. Berikut merupakan hasil dan pembahasan Pengabdian masyarakat ini.

1. Sosialisasi

Sosialisasi dilakukan untuk memperkenalkan dapur bersih, keamanan pangan, pengajuan PIRT, dan pentingnya pengemasan serta pemasaran digital. Berikut merupakan dokumentasi terkait kegiatan sosialisasi yang dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Dokumentasi sosialisasi

2. Pelatihan

Pelatihan meliputi pembuatan dapur bersih, kemasan berbasis identitas budaya, penggunaan *vaccum sealer* untuk memperpanjang umur simpan produk, dan pelatihan tentang pemasaran online. Berikut merupakan pelatihan pada pengabdian masyarakat ini yang dapat dilihat pada Gambar 7 berikut.



Gambar 7. Dokumentasi pelatihan

3. Penerapan Teknologi

Penerapan teknologi, seperti pembentukan dapur bersih dan penambahan alat produksi serta alat *vaccum sealer* dan timbangan digital, bertujuan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas produk. Berikut merupakan penerapan teknologi untuk meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas produk dapat dilihat pada Gambar 8.



(1)



(2)

Gambar 8. Penerapan Dapur dan Tungku Bersih (1) dan Teknologi *Vaccum Sealer* dan Timbangan Digital (2)

Selain itu, *packaging* berbasis *identity culture* juga diterapkan pada pengabdian masyarakat ini untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar. Berikut merupakan Penerapan *identity culture packaging* yang dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9. Penerapan *identity culture packaging*

Lebih lanjut, pembuatan *social media* dan google bisnis untuk menunjang pemasaran digital juga diterapkan pada pengabdian masyarakat ini. Berikut merupakan hasil pembuatan *social media* dan google bisnis yang dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Penerapan *social media* instagram dan profil google bisnis

4. Pembahasan

Program pengabdian masyarakat yang diadakan di Desa Karangduwur diharapkan membawa dampak yang berarti dan berdampak luas pada berbagai aspek kehidupan masyarakat. Pertama, peningkatan kualitas dan kapasitas produksi gula kelapa terlihat dengan adanya penerapan dapur bersih dan penggunaan alat produksi modern seperti wajan, vakum sealer dan timbangan digital. Dapur bersih memastikan proses produksi yang lebih higienis, mengurangi risiko kontaminasi, dan memenuhi standar keamanan pangan (Yunita & Suryaningsih, 2021). Hal ini tidak hanya memenuhi standar keamanan pangan, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk, yang berpotensi memperluas pangsa pasar. Sementara penerapan alat vakum sealer dapat memperpanjang umur simpan produk dan mengurangi kerusakan selama penyimpanan (Lelieveld et al., 2003). Dengan teknologi, pengrajin dapat meningkatkan volume produksi dalam waktu yang lebih singkat, sehingga meningkatkan produktivitas. Selain itu, alat vakum sealer membantu memperpanjang umur simpan produk dan mengurangi kerusakan selama penyimpanan, yang berarti produk dapat dijual lebih lama tanpa kehilangan kualitas

Kedua, kemampuan pemasaran mitra juga meningkat secara substansial. Pelatihan dalam digital marketing, pembuatan *social media* dan google bisnis memungkinkan mitra untuk memasarkan produk secara lebih efektif dan menjangkau pasar yang lebih luas (Qisthani et al., 2021), mengurangi ketergantungan pada pengepul (Kietzmann et al., 2011) dan meningkatkan harga jual produk (Felix et al., 2017). Hal ini berdampak pada pengurangan ketergantungan pada pengepul yang menunjukkan mitra memiliki lebih banyak kontrol atas harga jual produk mereka. Tanpa perantara, mereka dapat menentukan harga yang lebih adil dan langsung menerima manfaat dari keuntungan yang lebih besar. Ini berdampak positif pada pendapatan mereka, yang pada gilirannya meningkatkan kesejahteraan ekonomi individu dan komunitas. Kemasan berbasis identitas budaya juga menambah daya tarik produk, menjadikannya lebih menarik bagi konsumen (Noviadji, 2015; Nurviana et al., 2015) dan sebagai oleh-oleh khas Pantai Menganti. Kemasan yang berbasis identitas budaya menciptakan nilai tambah yang dapat meningkatkan harga jual produk (Nurviana et al., 2015). Konsumen sering kali bersedia membayar lebih untuk produk yang memiliki keunikan dan keterikatan budaya, yang memungkinkan pengrajin untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Selain itu, produk yang dikemas dengan baik tidak hanya menarik perhatian konsumen lokal tetapi juga dapat menarik wisatawan. Hal ini berpotensi meningkatkan penjualan di sektor pariwisata, di mana wisatawan mencari oleh-oleh yang khas dan representatif dari daerah yang mereka kunjungi (Aliansyah & Hermawan, 2021).

Ketiga, dampak ekonomi dan kesejahteraan masyarakat meningkat karena perbaikan dalam kapasitas produksi dan pemasaran mengarah pada peningkatan pendapatan para pengrajin (Alik-Lagrange et al., 2020; Hernández & Girón, 2009). Harga jual yang lebih tinggi dan keuntungan yang lebih besar mendukung kesejahteraan ekonomi desa (Astuti et al., 2020). Selain itu, program ini meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam hal produksi yang bersih dan efisien serta pemasaran digital, memberikan manfaat jangka panjang bagi pengembangan usaha para pengrajin. Terakhir, dengan produk yang berkualitas dan kemasan yang menarik, citra gula kelapa dari Desa Karangduwur serta citra desa itu sendiri semakin baik (Rivaldi et al., 2024). Program ini menunjukkan bahwa intervensi yang tepat dan partisipasi aktif masyarakat dapat memaksimalkan potensi lokal untuk mencapai hasil yang berkelanjutan dan menguntungkan bagi komunitas.

Selanjutnya, kegiatan sosialisasi dan pelatihan dilaksanakan untuk meningkatkan efektivitas penerapan teknologi. Sehingga, penerapan teknologi yang

diimbangi dengan sosialisasi dan pelatihan dapat memberikan dampak yang signifikan terkait peningkatan kapasitas dan kualitas produksi serta efektivitas dalam pemasaran produk. Selain sosialisasi dan pelatihan penerapan teknologi terkait, pengenalan mengenai pengajuan PIRT sangat penting bagi para pengrajin. Program PIRT memungkinkan produk yang dihasilkan di rumah tangga untuk mendapatkan pengakuan resmi dan sertifikasi, yang merupakan langkah awal untuk memasuki pasar yang lebih besar. Melalui sosialisasi ini, masyarakat dapat belajar tentang prosedur pengajuan, dokumen yang diperlukan, dan manfaat dari memiliki PIRT, seperti akses ke pasar formal dan kepercayaan konsumen yang meningkat.

Kesimpulan

Pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa Desa Karangduwur memiliki potensi besar dalam industri gula kelapa, yang menjadi sumber pendapatan utama bagi banyak keluarga. Melalui program kemitraan masyarakat (PKM), pendekatan partisipatif telah diterapkan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh pengrajin, terutama dalam pemasaran dan kapasitas produksi. Kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan penerapan teknologi baru seperti dapur bersih, timbangan digital dan vakum sealer diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk dan efisiensi produksi. Hasil lain dari program ini menunjukkan peningkatan kemampuan pemasaran melalui digital marketing, yang memungkinkan pengrajin menjangkau pasar yang lebih luas dan mengurangi ketergantungan pada pengepul. Selain itu, kemasan berbasis identitas budaya meningkatkan daya tarik produk sebagai oleh-oleh khas daerah. Dampak ekonomi yang positif diharapkan dapat terlihat dari peningkatan pendapatan para pengrajin, yang berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Secara keseluruhan, intervensi yang tepat dan partisipasi aktif masyarakat dalam program ini berhasil memaksimalkan potensi lokal, menciptakan manfaat berkelanjutan bagi komunitas pengrajin gula kelapa di Desa Karangduwur.

Referensi

- Afriyani, N., Ferichani, M., & Sundari, M. T. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Produk Susu Kalimilk Di Yogyakarta. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 15(1), 12. <https://doi.org/10.20961/sepa.v15i1.25034>
- Aliansyah, H., & Hermawan, W. (2021). Peran Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Di Jawa Barat. *Bina Ekonomi*, 23(1), 39–55. <https://doi.org/10.26593/be.v23i1.4654.39-55>
- Alik-Lagrange, A., Buehren, N., Goldstein, M., & Hoogeveen, J. (2020). *Can Public Works*

- Enhance Welfare in Fragile Economies? The Londo Program in the Central African Republic.* <https://doi.org/10.1596/33223>
- Astuti, N. W. W., Yulianthi, A. D., Ginaya, G., & Susyarini, N. P. W. A. (2020). Selling arak is a business opportunity in sidemen village. *International Journal of Linguistics, Literature and Culture*, 6(1), 32–41. <https://doi.org/10.21744/ijllc.v6n1.816>
- Chau, N., Goto, H., & Kanbur, R. (2009). Middlemen, Non-Profits and Poverty. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1489229>
- Felix, R., Rauschnabel, P. A., & Hinsch, C. (2017). Elements of strategic social media marketing: A holistic framework. *Journal of Business Research*, 70, 118–126. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.05.001>
- Hernández, M., & Girón, J. (2009). The Impact of Marketing Strategies on Craftsmen: A Case Study of Oaxaca, Mexico. *Community Development, Spring 199*, 35–44. <https://doi.org/10.1080/15575339609489847>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- Lelieveld, H. L. M., Mostert, M. A., Group, E. H. E. \& D., White, B., & Holah, J. (2003). *Hygiene in Food Processing: Principles and Practice*. Elsevier Science. <https://books.google.co.id/books?id=0XJY13JeMccC>
- Made Sudri, N., Theresia, L., Widianty, Y., Raya Puspipetek, J., Tangerang Selatan, K., & Banten, P. (2019). Increasing Textile Industry Production Process Efficiency with Data Development Analysis. *Iptek*, 3, 239–244.
- Maherawati, M., Rahayuni, T., & Hartanti, L. (2023). APLIKASI TEKNIK PENGEMASAN VAKUM UNTUK MENINGKATKAN MASA SIMPAN PRODUK HASIL PERAIRAN DAN PETERNAKAN. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7, 2089. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i3.14338>
- Nabila Noor Qisthani, Arifin, M., & Faizah, F. (2023). Pengembangan Sistem Biokonversi Ampas Tahu menjadi Maggot sebagai Solusi Pengelolaan Limbah Berkelanjutan di Desa Kalisari. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(3), 435–446. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v4i3.1372>
- Noviadji, B. R. (2015). Desain Kemasan Tradisional Dalam Konteks Kekinian. *Artika*, 1(1), 10–21. <https://doi.org/10.34148/artika.v1i1.24>
- Nugroho, P. (2018). Tripusat Pendidikan sebagai Basis Sosialisasi dan Pembentukan Karakter Siswa. *Ijtimaiya: Journal of Social Science Teaching*, 2(July), 1–23. <http://dx.doi.org/10.1234/ji.v2i1.4292>
- Nurviana, N., Sunarto, P., & Syarief, A. (2015). Identitas dan Karakter Budaya Lokal pada Kemasan Makanan Oleh-Oleh. *Wimba: Jurnal Komunikasi Visual*, 4(2). <https://doi.org/10.5614/jkvw.2012.4.2.1>
- Qisthani, N. N., Darmawan, A., Fauziah, E., & Hidayatuloh, S. (2021). Pelatihan Strategi Pemasaran Berbasis E-Commerce Pada Industri Kecil Menengah (IKM) Kerajinan Kemuning Di Tegal Jawa Tengah. *IJCOSIN: Indonesian Journal of Community Service and Innovation*, 1(1), 27–32. <https://doi.org/10.20895/ijcosin.v1i1.271>
- Qisthani, N. N., Hidayatuloh, S., Wahyudi, L., & Arifin, M. (2023). Re-branding, Pendampingan Pendaftaran Merek dan Pengelolaan Sosial Media pada IKM Batik

- Keraton Pekalongan. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(2), 714–728. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i2.2617>
- Rivaldi, R. R., Safitri, S., Arianti, D., Fasa, F., Yaasmiin, I., Widiantari, K. T. A., Pratama, W. A., Sutanto, J. A. A., Rachmayani, L., Listiawati, S. A., & Susilawati, S. (2024). Efforts to Improve Product Quality and Marketing of Palm Sugar Through Branding and E-Catalog in Karang Bayan Village, Lingsar District, West Lombok Regency. *Unram Journal of Community Service*, 5(2), 49–52. <https://doi.org/10.29303/ujcs.v5i2.465>
- Selviyanti, N. H., Fadila, N., Sulis, Y. D., Anshori, I., Buyung, H., & Safrizal, A. (2019). Systematic Literature Review: Peran Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Sdm) Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(3), 977–988. <https://doi.org/10.30651/jms.v8i4.20987>
- Wandira, P., & Lestari, P. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Desa Karangduwur dalam Pengembangan Potensi Wisata Pantai Menganti Kabupaten Kebumen. *Unnes Political Science Journal*, 5(2), 58–63. <https://doi.org/10.15294/upsj.v5i2.46948>
- Yunita, D., & Suryaningsih, Y. (2021). Food Safety Knowledge of Food Sanitation Hygiene Practices in the Era of Pandemic COVID-19. *The Indonesian Journal of Health Science*, 13, 25–34. <https://doi.org/10.32528/ijhs.v13i1.5292>