



PENINGKATAN NILAI JUAL BUAH TART PALA MELALUI SMART PACKAGING DAN DIGITAL MARKETING PADA KWT MENTARI

Widia Rini Hartari¹, Zukryandry², Martina Anggi Silova³, Tomy Pratama Zuhelmi⁴, Maryanti⁵, Retno Wulansari⁶, Febrina Delvitasari⁷, Zuhrotul Mujayanah⁸, Siti Herdianti Elza⁹, Bigi Undadraja¹⁰, Prastya Atma Negara¹¹

¹Program Studi Magister Terapan Ketahanan Pangan, Politeknik Negeri Lampung

²Program Studi Teknologi Pangan, Politeknik Negeri Lampung

³Program Studi Teknik Sumberdaya Lahan dan Lingkungan, Politeknik Negeri Lampung

⁴Program Studi Teknologi Rekayasa Elektronika, Politeknik Negeri Lampung

^{5,6,7,8}Program Studi Pengelolaan Perkebunan Kopi, Politeknik Negeri Lampung

⁹Program Studi Produksi dan Manajemen Industri Perkebunan, Politeknik Negeri Lampung

¹⁰Program Studi Agroteknologi Universitas Dharma Wacana Metro, Lampung

¹¹Program Studi Bisnis Digital Universitas Dharma Wacana Metro, Lampung

Penulis Korespondensi: Widia Rini Hartari (e-mail: widiarini@polinela.ac.id)

ABSTRAK

Desa Wiyono, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran memiliki potensi besar komoditas pala, khususnya daging buah pala yang belum dimanfaatkan secara optimal. Kabupaten Pesawaran merupakan daerah penghasil Pala terbesar kedua setelah Tanggamus di Provinsi Lampung dengan hasil mencapai 109,3 ribu ton pada tahun 2025. Selama ini, pemanfaatan pala masih berfokus pada biji untuk minyak atsiri, sedangkan limbah daging buah pala belum diolah menjadi produk bernilai ekonomi. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mentransformasi Buah Tart Pala sebagai produk pangan lokal KWT Mentari melalui inovasi teknologi pangan, smart packaging, dan pemasaran digital guna meningkatkan daya saing dan kemandirian ekonomi kelompok. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan Participatory Action Program yang melibatkan mitra secara aktif melalui tahapan identifikasi masalah, perancangan inovasi, implementasi produksi, pengembangan kemasan, digitalisasi pemasaran, serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra dalam pengolahan daging buah pala menjadi produk pangan bernilai tambah. Penerapan SOP produksi sederhana mampu meningkatkan konsistensi kualitas produk. Inovasi smart packaging dengan desain kemasan informatif dan penggunaan QR code meningkatkan daya tarik produk serta memperkuat identitas merek. Selain itu, pemanfaatan media sosial dan marketplace meningkatkan jangkauan pemasaran produk secara lebih luas. Kegiatan ini juga berdampak pada peningkatan kapasitas manajemen usaha dan literasi digital anggota KWT Mentari.

Kata Kunci: Buah Tart Pala, Kemasan, Pemasaran Digital

ABSTRACT

Wiyono Village, Gedong Tataan District, Pesawaran Regency, has great potential for nutmeg commodities, especially nutmeg flesh, which has not been optimally utilized. Until now, nutmeg utilization has focused on the seeds for essential oil, while nutmeg flesh waste has not been processed into products of economic value. This community service activity aims to transform Buah Tart Pala as a local food product of KWT Mentari through food technology innovation, smart packaging, and digital marketing to increase the group's competitiveness and economic independence. The implementation method uses a Participatory Action Program approach that actively involves partners through the stages of problem identification, innovation design, production implementation, packaging development, marketing digitalization, and monitoring and evaluation. The results of the activity show an increase in partners' understanding in processing nutmeg flesh into value-added food products. The implementation of simple production SOPs can improve product quality consistency. Smart packaging innovation with informative packaging design and the use of QR codes increases product appeal and strengthens brand identity. In addition, the use of social media and marketplaces increases product marketing reach more widely. This activity also has an impact on increasing the business management capacity and digital literacy of KWT Mentari members.

Keywords: Nutmeg Tart Buah, Packaging, Digital Marketing



1. PENDAHULUAN

Desa Wiyono yang terletak di Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung memiliki potensi sumber daya perkebunan pala yang cukup besar. Komoditas pala di wilayah ini selama ini lebih banyak dimanfaatkan pada bagian biji untuk produksi minyak atsiri, sedangkan daging buah pala belum dimanfaatkan secara optimal dan sebagian besar masih menjadi limbah. Padahal, daging buah pala memiliki kandungan senyawa bioaktif yang berpotensi dikembangkan menjadi produk pangan fungsional bernilai tambah [1]. Kondisi ini menunjukkan adanya peluang hilirisasi hasil perkebunan melalui inovasi pengolahan pangan berbasis sumber daya lokal yang lebih berkelanjutan. Sejalan dengan meningkatnya permintaan terhadap produk pangan fungsional, alami, dan berbasis bahan lokal, pengembangan produk turunan dari hasil samping pertanian menjadi salah satu strategi penting dalam mendukung ekonomi sirkular. Pendekatan ini tidak hanya mengurangi limbah hasil perkebunan, tetapi juga meningkatkan nilai ekonomi komoditas lokal melalui proses diversifikasi produk. Dalam konteks pembangunan desa, inovasi pengolahan pangan berbasis potensi lokal menjadi salah satu strategi penguatan ketahanan pangan sekaligus peningkatan kesejahteraan masyarakat. Mitra dalam kegiatan ini adalah Kelompok Wanita Tani (KWT) Mentari yang berlokasi di Dusun Waylinti, Desa Wiyono. KWT Mentari terdiri atas kurang lebih 25 anggota yang sebagian besar berprofesi sebagai petani pala dan pelaku usaha penyulingan minyak atsiri. Secara sosial ekonomi, anggota kelompok masih berada pada kategori usaha mikro dengan pendapatan yang relatif fluktuatif karena bergantung pada hasil pertanian musiman [2]. Meskipun demikian, kelompok ini telah memiliki inisiatif dalam mengembangkan usaha pengolahan pangan lokal, salah satunya melalui produk Buak Tart, yaitu pangan tradisional khas Lampung yang memiliki nilai budaya dan potensi ekonomi. Produk ini memiliki peluang besar untuk dikembangkan menjadi produk unggulan desa melalui peningkatan kualitas, inovasi, dan strategi pengembangan usaha yang tepat [3].

Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa pengembangan usaha Buak Tart pada KWT Mentari masih menghadapi berbagai permasalahan yang mencakup aspek hulu hingga hilir. Pada aspek bahan baku, pemanfaatan daging buah pala belum dilakukan secara optimal dan sistematis. Proses seleksi, penanganan, dan standarisasi bahan baku belum diterapkan secara konsisten sehingga kualitas bahan

baku masih bervariasi. Pada aspek produksi, proses pengolahan masih dilakukan secara manual dengan kapasitas terbatas, yaitu sekitar 5–10 kg per produksi. Selain itu, usaha ini belum memiliki standar operasional prosedur (SOP), sistem sanitasi pangan yang memadai, serta mekanisme pengendalian mutu yang baku. Kondisi ini berdampak pada ketidakkonsistenan kualitas produk yang dihasilkan. Pada aspek produk dan mutu, Buak Tart yang diproduksi belum memiliki spesifikasi standar yang jelas, baik dari segi ukuran, bentuk, komposisi, maupun daya simpan. Hal ini menyebabkan produk sulit bersaing di pasar yang lebih luas dan belum memiliki diferensiasi yang kuat. Pada aspek kemasan, produk masih menggunakan kemasan sederhana berupa plastik polos tanpa label [4].

Kemasan belum berfungsi sebagai media informasi, identitas merek, maupun sarana promosi. Padahal, kemasan memiliki peran penting dalam meningkatkan persepsi kualitas dan daya tarik konsumen. Pada aspek pemasaran, sistem penjualan masih bersifat konvensional dan berbasis pesanan langsung. Pemanfaatan teknologi digital seperti media sosial, *marketplace*, dan sistem pemasaran berbasis digital belum optimal. Akibatnya, jangkauan pasar masih terbatas pada lingkungan lokal. Pada aspek manajemen usaha, pencatatan keuangan dan pengelolaan usaha masih dilakukan secara sederhana. Kondisi ini menyebabkan perkembangan usaha belum terukur secara sistematis dan belum mendukung pengambilan keputusan berbasis data. Secara keseluruhan, permasalahan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi sumber daya lokal yang tersedia dengan kapasitas manajemen usaha mitra dalam mengelola produksi secara profesional dan berkelanjutan [5]. Oleh karena itu, diperlukan intervensi berbasis inovasi teknologi pangan, penguatan kemasan cerdas (*smart packaging*), serta strategi pemasaran digital untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mentransformasi Buak Tart berbasis pala menjadi produk unggulan desa melalui inovasi *smart packaging* dan strategi pemasaran digital, sehingga mampu meningkatkan daya saing dan kemandirian ekonomi KWT Mentari. Transformasi ini diharapkan tidak hanya memperbaiki aspek produksi dan pemasaran, tetapi juga memperkuat kapasitas kelembagaan dan keberlanjutan usaha mitra dengan terus mendampingi dalam menghasilkan produk unggulan desa ini.



2. METODE

Kegiatan ini menggunakan pendekatan Participatory Action Program (PAP) yang menempatkan mitra sebagai subjek aktif dalam seluruh tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipadukan dengan prinsip technology transfer melalui introduksi inovasi pengolahan pangan, smart packaging, dan pemasaran digital. Desain kegiatan dilakukan secara bertahap mulai dari identifikasi masalah, perancangan solusi, implementasi, hingga evaluasi hasil [6].

Tahap pertama adalah persiapan dan analisis kebutuhan. Pada tahap ini dilakukan observasi lapangan, wawancara, dan diskusi kelompok terarah (FGD) dengan anggota KWT Mentari. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi eksisting produksi Buak Tart, permasalahan utama, serta potensi pengembangan produk berbasis daging buah pala.

Tahap kedua adalah merancang produk baru. Pada saat ini, produk Buak Tart berbasis daging buah pala diformulasikan ulang menggunakan teknologi pangan. Pada tahap ini, intervensi ipteks termasuk metode formulasi produk berbasis uji coba komposisi bahan, analisis karakteristik mutu produk, dan penyusunan prosedur operasi standar (SOP) produksi menggunakan pendekatan Good Manufacturing Practices (GMP). Selain itu, pemetaan model bisnis dilakukan menggunakan Business Model Canvas (BMC) untuk menentukan nilai produk (proposisi nilai), segmen konsumen, saluran pemasaran, dan strategi pengembang. Tahap ini menghasilkan formulasi produk yang lebih konsisten, dan anggota KWT Mentari dapat menggunakan SOP produksi dengan mudah.

Standarisasi dan implementasi produksi adalah tahap ketiga. Pada tahap ini, anggota KWT Mentari menerima pelatihan produksi. Ini juga melibatkan penerapan SOP produksi dan melakukan uji coba produksi skala kelompok. Pada tahap ini, intervensi ipteks mencakup penerapan teknologi pengolahan makanan sederhana, pengendalian mutu proses produksi, dan penggunaan instrumen evaluasi mutu produk untuk menjamin keamanan makanan, konsistensi rasa, tekstur, dan daya simpan produk. Agar anggota kelompok dapat menggunakan teknologi produksi secara mandiri, pendampingan dilakukan melalui metode *learning by doing* [7].

Tahap keempat adalah pengembangan smart packaging. Pada tahap ini dilakukan desain ulang kemasan produk dengan konsep smart packaging yang mencakup informasi produk, branding, dan integrasi QR code. Desain kemasan disesuaikan dengan karakteristik produk lokal agar memiliki nilai jual dan daya saing yang lebih tinggi.

Tahap kelima adalah digitalisasi pemasaran. Tahap ini mencakup pelatihan pemasaran digital kepada mitra, pembuatan akun media sosial bisnis, serta optimalisasi marketplace. Kegiatan ini bertujuan memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk secara online [8].

Tahap keenam adalah monitoring dan evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk mengukur peningkatan kapasitas produksi, kualitas produk, efektivitas kemasan, serta peningkatan akses pasar. Evaluasi juga mencakup aspek manajemen usaha dan peningkatan pendapatan mitra [9].

Bahan utama yang digunakan dalam kegiatan ini adalah daging buah pala segar yang diperoleh dari Desa Wiyono, Lampung, tepung terigu protein sedang merek Segitiga Biru, gula pasir merek Gulaku, telur ayam produksi lokal, mentega merek Blue Band, susu bubuk merek Dancow, serta vanili bubuk merek Koepoe Koepoe. Peralatan utama yang digunakan dalam proses produksi meliputi oven listrik merek Miyako, mixer adonan merek Philips, timbangan digital merek Camry, loyang stainless steel merek Taffware, kompor gas merek Rinnai, serta sealer kemasan plastik merek Powerpack.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif sederhana. Evaluasi keberhasilan program didasarkan pada peningkatan kapasitas produksi, konsistensi kualitas produk berdasarkan SOP, kelayakan kemasan dari aspek desain dan informasi, peningkatan jangkauan pemasaran digital, serta peningkatan pendapatan mitra sebelum dan sesudah intervensi. Hasil analisis digunakan untuk menilai efektivitas program dalam meningkatkan nilai tambah produk Buak Tart pala serta memperkuat daya saing KWT Mentari secara berkelanjutan.

3. HASIL

Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan melalui kegiatan pendampingan dan pelatihan inovasi pengolahan pangan berbasis potensi lokal, khususnya transformasi Buak Tart Pala untuk meningkatkan daya saing Kelompok Wanita Tani (KWT) Mentari di Desa Wiyono, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah daging buah pala yang selama ini belum dimanfaatkan secara optimal, meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas produk Buak Tart, serta memperkuat kemampuan mitra dalam menerapkan smart packaging dan strategi pemasaran digital [10].

Selain itu, kegiatan ini juga diarahkan untuk meningkatkan literasi kewirausahaan anggota KWT Mentari, khususnya dalam pengelolaan usaha berbasis inovasi teknologi pangan dan pemasaran digital.

Melalui kegiatan ini diharapkan mitra mampu mengembangkan produk pangan lokal menjadi produk unggulan desa yang memiliki daya saing lebih tinggi di pasar yang lebih luas, serta mampu meningkatkan pendapatan dan kemandirian ekonomi kelompok [11].



Gambar 1. Penyampaian Materi

Selama kegiatan, tim pelaksana memaparkan materi pertama mengenai optimalisasi pemanfaatan daging buah pala sebagai bahan baku pangan bernilai tambah. Materi ini mencakup teknik pengolahan, standarisasi bahan baku, serta penerapan SOP produksi untuk meningkatkan konsistensi kualitas produk. Kegiatan dilanjutkan dengan materi kedua mengenai penerapan smart packaging pada produk Buah Tart Pala. Materi ini membahas desain kemasan yang lebih informatif dan menarik, penggunaan label produk, serta integrasi QR code sebagai media informasi digital untuk mendukung branding dan transparansi produk [12].



Gambar 2. Diskusi Bersama Peserta

Selanjutnya, materi ketiga difokuskan pada strategi pemasaran digital. Pada sesi ini dijelaskan pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi dan penjualan produk, termasuk teknik dasar branding digital dan peningkatan jangkauan pasar secara online [13]. Setelah penyampaian materi, dilakukan sesi diskusi dan tanya

jawab untuk memberikan kesempatan kepada anggota KWT Mentari dalam memahami lebih dalam materi yang telah disampaikan serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha. Dalam sesi ini, peserta juga didorong untuk menyampaikan pengalaman mereka dalam proses produksi dan pemasaran Buah Tart Pala.



Gambar 3. Foto Bersama Peserta

Sesi tanya jawab berlangsung aktif dengan berbagai pertanyaan terkait proses pengolahan, desain kemasan, serta strategi pemasaran yang efektif. Tim pelaksana memberikan penjelasan yang sistematis dan aplikatif, serta mendorong mitra untuk mulai menerapkan inovasi secara bertahap dalam kegiatan usaha mereka. Kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat pemahaman, keterampilan, serta kemandirian KWT Mentari dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal secara berkelanjutan.



Gambar 4. Produk Hasil Kegiatan

Pemanfaatan daging buah pala sebagai bahan baku utama Buah Tart dapat meningkatkan nilai guna hasil samping perkebunan. Sebelum kegiatan, daging buah pala belum dimanfaatkan secara optimal dan cenderung menjadi limbah. Setelah intervensi, mitra mampu mengolah daging buah pala menjadi bahan baku produk pangan dengan proses yang lebih



terstandar. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan efisiensi pemanfaatan sumber daya lokal serta penguatan konsep ekonomi sirkular dalam usaha rumah tangga pangan.

Pada aspek produksi, penerapan SOP sederhana yang disusun bersama tim pelaksana memberikan dampak pada peningkatan konsistensi kualitas produk. Sebelum kegiatan, proses produksi dilakukan secara manual tanpa standar yang jelas sehingga kualitas produk tidak seragam [14]. Setelah pelatihan dan pendampingan, mitra mulai menerapkan tahapan produksi yang lebih sistematis mulai dari penimbangan bahan, pencampuran, hingga proses pemanggangan. Hal ini berdampak pada stabilitas tekstur, rasa, dan bentuk produk Buak Tart yang dihasilkan.

Pada aspek produk dan mutu, hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan standar kualitas produk. Produk Buak Tart yang sebelumnya belum memiliki spesifikasi tetap, setelah kegiatan memiliki ukuran yang lebih seragam, komposisi yang lebih terkontrol, serta daya simpan yang lebih baik. Standarisasi ini menjadi dasar penting dalam pengembangan produk untuk memasuki pasar yang lebih luas di luar pasar lokal.

Pada aspek kemasan, implementasi smart packaging memberikan perubahan signifikan terhadap tampilan produk. Sebelum kegiatan, kemasan masih sederhana dan belum mencerminkan identitas produk. Setelah kegiatan, kemasan dikembangkan dengan desain yang lebih menarik, informatif, dan dilengkapi dengan label merek serta QR code. QR code tersebut berfungsi sebagai media informasi digital yang menghubungkan konsumen dengan profil produk dan informasi produksi. Perubahan ini meningkatkan daya tarik visual sekaligus nilai jual produk di pasar [15].

Pada aspek pemasaran, kegiatan digitalisasi pemasaran memberikan dampak terhadap perluasan jangkauan pasar. Sebelum kegiatan, pemasaran hanya dilakukan secara langsung melalui pesanan lokal. Setelah kegiatan, mitra mulai menggunakan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi dan penjualan. Produk Buak Tart mulai dikenal lebih luas di luar lingkungan desa, sehingga potensi pasar meningkat secara bertahap. Aktivitas digital marketing juga meningkatkan kemampuan mitra dalam membangun branding produk secara mandiri.

Pada aspek manajemen usaha, terdapat peningkatan kapasitas mitra dalam pencatatan sederhana keuangan dan pengelolaan usaha. Sebelum kegiatan, pencatatan masih dilakukan secara tidak terstruktur. Setelah pendampingan, mitra mulai mengenal sistem pencatatan sederhana yang mencakup biaya produksi, hasil penjualan, dan estimasi keuntungan. Hal ini membantu mitra dalam

mengambil keputusan usaha secara lebih rasional dan berbasis data.

Hasil kegiatan secara keseluruhan menunjukkan adanya peningkatan pada seluruh aspek intervensi, yaitu bahan baku, produksi, produk, kemasan, pemasaran, dan manajemen usaha. Pembahasan ini menunjukkan bahwa integrasi antara teknologi pangan, smart packaging, dan pemasaran digital mampu meningkatkan nilai tambah produk lokal secara signifikan. Selain itu, keterlibatan aktif mitra dalam seluruh proses kegiatan memperkuat keberlanjutan program dan meningkatkan kapasitas kelembagaan KWT Mentari. Jika dilihat dari perspektif pengembangan ekonomi lokal, kegiatan ini memperkuat posisi KWT Mentari sebagai pelaku usaha berbasis komunitas yang mampu beradaptasi dengan teknologi dan pasar digital. Transformasi ini tidak hanya berdampak pada peningkatan kualitas produk, tetapi juga pada peningkatan daya saing usaha dan peluang ekspansi pasar di masa mendatang [16].

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa transformasi Buak Tart berbasis daging buah pala melalui pendekatan teknologi pangan, smart packaging, dan pemasaran digital mampu meningkatkan nilai tambah produk serta daya saing KWT Mentari di Desa Wiyono. Pemanfaatan daging buah pala yang sebelumnya belum optimal berhasil diarahkan menjadi bahan baku produk pangan bernilai ekonomi. Penerapan standar produksi melalui SOP sederhana meningkatkan konsistensi kualitas produk, baik dari aspek rasa, bentuk, maupun daya simpan. Selain itu, pengembangan kemasan berbasis smart packaging memberikan peningkatan pada aspek visual, informasi produk, dan identitas merek yang berdampak langsung pada peningkatan daya tarik konsumen. Pada aspek pemasaran, digitalisasi melalui media sosial dan marketplace memperluas jangkauan pasar dari tingkat lokal menuju pasar yang lebih luas. Hal ini juga diikuti dengan peningkatan kemampuan mitra dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi dan branding produk. Dari aspek manajemen usaha, terjadi peningkatan pemahaman mitra dalam pencatatan keuangan sederhana yang mendukung pengambilan keputusan usaha secara lebih terarah. Kegiatan yang akan dilanjutkan adalah mendampingi dalam proses produksi dan pemasaran serta manajemen keuangan dari mitra.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Politeknik Negeri Lampung dan Universitas Dharma Wacana Metro atas dukungan keilmuan dalam kegiatan pengabdian ini. Terima kasih juga kepada KWT Mentari Desa Wiyono atas partisipasi aktif selama

pelaksanaan program. Apresiasi diberikan kepada seluruh tim pelaksana yang telah berkontribusi dalam kelancaran kegiatan ini.

6. DAFTAR PUSTAKA

- [1]. W. R. Hartari *et al.*, "Akselerasi pertanian berkelanjutan: Pendampingan petani pala Desa Wiyono dalam produksi bio-arang dari ampas pala," *Jurnal Pengabdian Nasional*, vol. 6, no. 2, pp. 38–144, 2025.
- [2]. M. Maryanti, F. Delvitasari, W. R. Hartari, and I. Zaqyah, "Teknologi pengolahan nata de coco dari limbah air kelapa sebagai upaya peningkatan nilai ekonomi pada KWT Mentari di Desa Wiyono," *Jurnal Pengabdian Nasional*, vol. 5, no. 2, pp. 85–94, 2024.
- [3]. Suhadi, D. A. Haq, and K. Wildani, "Pemberdayaan ekonomi keluarga melalui pelatihan pembuatan sirup jahe serai di Desa Bedah Lawak," *JUPADAI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 2, pp. 105–110, 2022.
- [4]. Syukur, R. Puspita, L. Febrianto, A. S. Tsabita, S. H. Bilqis, and D. O. Rahman, "Teknik pengemasan produk usaha mikro kecil menengah (UMKM)," *Pengabdian Umat*, vol. 1, no. 1, pp. 33–40, 2026.
- [5]. W. R. Hartati, E. Ersan, I. Zaqyah, R. P. Kartika, L. K. Fauziah, and B. Undadreja, "Pendampingan Kelompok Tani Pujo Makmur Kecamatan Padang Cermin dalam mendorong inovasi dan diversifikasi produk untuk meningkatkan pendapatan keluarga," *Jurnal Pengabdian Nasional*, vol. 4, no. 2, pp. 72–82, 2023.
- [6]. R. Pakata, N. Matiin, S. Pakata, M. Muslimin, and D. Arisandi, "Kemasan produk sebagai pemasaran gula gait lokal UMKM Desa Benua Baru Ulu Kec. Sangkulirang," *SEPAKAT Sesi Pengabdian pada Masyarakat*, vol. 5, no. 1, pp. 50–56, 2025.
- [7]. H. Kurniawanto, S. Auliana, J. W. Kusuma, T. Muhandri, and N. E. Suyatma, "Improving packaging and marketing of local products through the application of technology and packaging innovation to increase community income in Opak Village," *International Journal of Community Service Learning*, vol. 8, no. 1, pp. 122–129, 2024.
- [8]. M. K. N. Pasaribu, A. N. Larasati, D. F. Siahaan, and B. Manik, "Upaya peningkatan penjualan pada UMKM Tahu Sumedang Putri Deli Medan melalui kemasan ramah lingkungan dan strategi digital marketing," *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 3, no. 1, pp. 57–67, 2023.
- [9]. V. P. Yarlina and S. Huda, "Strategi perluasan pasar produk pangan lokal UMKM dan industri rumah tangga melalui media sosial dan e-commerce," *Jurnal Masyarakat Mandiri*, vol. 5, no. 6, pp. 3465–3475, 2021.
- [10]. Budiman, "Optimalisasi produk UMKM melalui pendampingan pemasaran digital dan branding lokal di Desa Patala, Kecamatan Cilebak, Kabupaten Kuningan: Pengabdian," *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, vol. 3, no. 4, pp. 3919–3925, 2025.
- [11]. Fitri *et al.*, "Pengolahan dan digital marketing gula kelapa bagi kelompok wanita tani Kecamatan Ketapang Lampung Selatan," *Alamtana: Jurnal Pengabdian Masyarakat UNW Mataram*, vol. 2, no. 2, pp. 56–61, 2021.
- [12]. G. C. Lopulalan *et al.*, *Ketahanan pangan dan agribisnis*, CV Hei Publishing Indonesia, 2025.
- [13]. Nusi, L. Van Gobel, and K. K. Hasan, "Pemanfaatan digital marketing dalam meningkatkan penjualan produk UMKM Limaya di Kelurahan Molosipat Kabupaten Gorontalo," *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, vol. 8, no. 2, pp. 611–622, 2025.
- [14]. F. Zukryandry and B. Hidayat, "Nilai tambah dan sikap konsumen produk brownies berbahan baku tepung ubi kayu tinggi protein," *Agrimor*, vol. 6, no. 2, pp. 53–59, 2021.
- [15]. Z. Zukryandry, O. Arifin, A. Fitri, F. N. Fanti, A. R. Fitri, and M. F. A. Alim, "Pelatihan pengemasan produk untuk mendukung digitalisasi pemasaran pada kelompok penyandang disabilitas Desa Suak Lampung Selatan," *Abdimas Galuh*, vol. 6, no. 2, pp. 2467–2473, 2024.
- [16]. Z. Zukryandry, A. Vidyarini, F. Firdawati, and A. Fitri, "Development of brownies substituted with modified banana flour towards sensory properties and nutritional content as alternative supplementary food for pregnant women," *Amerta Nutrition*, vol. 9, no. 4, pp. 698–709, 2025.