

Strategi Pengembangan Usaha Gula Aren Tapong di Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang

Dian Wahyudi^{1*}, Vernita Sari²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Parepare

*Corresponding author, e-mail: dian.wahyudi0904048204@gmail.com.

Abstrak

Tapong adalah sebuah desa yang terletak di Sulawesi Selatan, tepatnya di Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang, sebagian masyarakatnya memiliki pekerjaan sebagai petani aren. Thamrin adalah salah satu warga Desa Tapong, seorang petani aren bersama keluarga memiliki usaha produksi gula aren balok. Usaha mereka ini masih tergolong sebagai usaha kecil atau *home industry*, pengelolaannya masih tradisional dan sulit untuk berkembang, karena belum memiliki legalitas usaha, produk belum beragam, belum memiliki kemasan, serta pemasaran masih mengandalkan pesan produksi dari konsumen. Melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Parepare (UMPAR), maka dilakukan kegiatan pembinaan untuk pengembangan usaha tersebut, yakni pendampingan pengurusan izin usaha, diversifikasi produk, *branding* dan *packaging*, serta memperluas akses pasar melalui pemanfaatan *website* desa. Setelah pendampingan dan pembinaan, usaha tersebut mulai berkembang, terlihat dari meningkatnya permintaan dari konsumen akan produk gula aren hasil produksi mereka, serta keuntungan pelaku usaha meningkat dibandingkan sebelum adanya proses pendampingan dan pembinaan.

Kata Kunci: Pengembangan; Strategi; Usaha Gula Aren Tapong.

Abstract

Tapong is a village located in South Sulawesi, precisely in Maiwa Sub-district, Enrekang Regency, some of its people have jobs as palm farmers. Thamrin is one of the residents of Tapong Village, a palm farmer who together with his family owns a palm sugar production business. Their business is still classified as a small business or home industry, the management is still traditional and difficult to develop, because it does not have business legality, the products are not diverse, do not have packaging, and marketing still relies on production messages from consumers. Through the Real Work Lecture (KKN) program of Muhammadiyah Parepare University (UMPAR) students, coaching activities were carried out for the development of the business, namely assistance in business permit management, product diversification, branding and packaging, and expanding market access through the use of village websites. After the mentoring and coaching, the business began to grow, as seen from the increasing demand from consumers for their palm sugar products, and the profit of business actors increased compared to before the mentoring and coaching process.

Keywords: Development; Strategy; Tapong Palm Sugar Business.

How to Cite: Wahyudi, D. & Sari, V. (2025). Strategi Pengembangan Usaha Gula Aren Tapong di Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(2), 405-412.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Share-Alike 4.0 International License. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. ©2025 by author.

Pendahuluan

Pada tahun 2024 Universitas Muhammadiyah Parepare (UMPAR) melaksanakan Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) angkatan XXVI yang mengangkat tema “Digitalisasi Desa”, fokus pada proses transformasi layanan dan kegiatan di desa dengan memanfaatkan teknologi digital seperti internet, aplikasi dan sistem informasi untuk meningkatkan efektifitas pemerintahan, pelayanan publik, serta pemberdayaan ekonomi dan sosial masyarakat. Kuliah kerja nyata (KKN) merupakan sarana yang kongkrit dalam menerapkan ilmu di dunia masyarakat yang meliputi pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Pada program pendidikan masyarakat diharapkan mahasiswa dapat mengembangkan ilmu sesuai dengan teori dan tatanan yang telah didapatkan selama masa pendidikan (Erlina et al., 2023). Selain itu Kuliah Kerja Nyata juga merupakan wujud nyata dari tugas dosen dan mahasiswa dalam melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi yakni aspek pengabdian (Aliyyah et al., 2021).

Salah satu program pemberdayaan ekonomi yang dimaksud adalah melakukan pendampingan langsung kepada masyarakat berkenaan dengan pengembangan potensi lokal yang berada di daerah sasaran. Pemberdayaan ekonomi masyarakat pedesaan bukan hanya bermanfaat bagi masyarakat pedesaan itu sendiri, tetapi juga membangun kekuatan ekonomi Indonesia berdasarkan kepada keunggulan komparatif dan kompetitif yang dimiliki (Permana, 2021). Pemberdayaan masyarakat sebagai bentuk mendayagunakan dan memampukan potensi yang dimiliki masyarakat desa memberikan nilai positif bagi kesejahteraan dan taraf hidup sosial ekonomi masyarakat (Endah, 2020). Potensi lokal merupakan segala sesuatu sumber daya baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia yang ada di suatu desa yang bisa dikembangkan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan (Nopi et al., 2021).



Gambar 1. Seminar Program Kerja KKN UMPAR di Desa Tapong

Penulis pada kesempatan ini sebagai Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) dengan tugas membimbing kelompok mahasiswa di Desa Tapong Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang. Tugas utama kami yakni melakukan pendampingan dan pembinaan dalam rangka pengembangan sumber daya manusia dan pengelolaan sumber daya alam Desa Tapong. Sebagai bahagian dari tugas pengabdian kepada masyarakat pelaksanaan KKN ini harus dapat mengembangkan potensi lokal desa tersebut guna mencapai kesejahteraan masyarakatnya. Salah satu potensi lokal di daerah tersebut adalah adanya produksi gula aren oleh petani lokal yang masih dalam kategori *home industry*, tentunya menjadi sasaran utama kami dalam pelaksanaan program, dan dengan memanfaatkan teknologi informasi khususnya *Website Desa*, diharapkan dapat mengembangkan desa tersebut sesuai dengan tujuan program KKN tahun ini.



Gambar 2. Proses Penyadapan dan Pembuatan Gula Aren

Home Industry atau industri rumah tangga atau yang lebih sering diistilahkan industri kecil merupakan suatu usaha mencari manfaat atau faedah bentuk fisik dari suatu barang sehingga dapat dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga dan dapat dikerjakan di rumah karena tidak memerlukan lahan yang begitu luas (Mulyani et al., 2024). *Home industry* merupakan sektor usaha kecil yang memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, khususnya di daerah pedesaan. *Home Industry* sebagian besar berada di pedesaan, yang telah memainkan peranan penting dalam pembangunan ekonomi masyarakat (Mulyani et al., 2024). Salah satu *home industry* yang berkembang di Desa Tapong adalah produksi gula aren. Desa Tapong adalah sebuah desa yang terletak di Sulawesi Selatan, tepatnya di Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang, dimana sebahagian masyarakat di desa ini memiliki mata pencaharian sebagai petani aren.

Gula aren merupakan produk lokal yang memiliki potensi ekonomi besar karena permintaannya yang tinggi baik di pasar lokal maupun nasional. Tanaman aren (*Arenga Pinnata*) merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi sehingga sangat prospektif dalam pengembangannya dan memiliki peluang yang sangat besar dalam meningkatkan perekonomian suatu wilayah (Sisi & Purbaningsih, 2023).

Namun, meskipun memiliki potensi, *home industry* gula aren khususnya di Desa Tapong masih menghadapi berbagai tantangan, seperti belum memiliki izin usaha sehingga sangat sulit untuk mendapatkan bantuan pendampingan dari pemerintah dan akses mendapatkan bantuan modal, produk belum beragam, *branding* dan *packaging* produk belum ada, serta akses pasar yang kurang memadai. Oleh karena itu, perlu adanya strategi pengembangan yang tepat untuk meningkatkan daya saing dan kesejahteraan masyarakat pengrajin gula aren di daerah ini.



Gambar 3. Proses Pembuatan Gula Aren

Legalitas usaha merupakan standar yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha, dengan tujuan untuk memperoleh kepastian hukum dan perlindungan hukum dari pemerintah, serta memiliki legalitas pelaku usaha agar penjual dapat memiliki kesempatan untuk bersaing (Rohama et al., 2023). Maka dari itu diperlukan adanya pemahaman dan pendampingan yang berkesinambungan terhadap pelaku usaha untuk mengurus izin usaha sebagai pondasi awal untuk membangun usahanya berkembang.

Kemudian agar produknya dapat laris di pasaran, maka diversifikasi produk perlu dilakukan untuk mendukung peningkatan minat belanja konsumen (Ridwan & Wahyudi, 2020). Diversifikasi produk akan meningkatkan daya tarik bagi konsumen (Haerana et al., 2023), maka perlu memberikan bimbingan kiranya mereka dapat berinovasi dalam memberagamkan produknya.

Branding dan *packaging* produk usaha masyarakat ini sangat penting dilakukan, agar memiliki nilai jual yang tinggi di pasaran. Penampilan produk yang menarik menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi ketertarikan konsumen untuk melihat dan membeli produk tersebut (Agustina et al., 2023). Menggunakan kemasan yang unik mampu meningkatkan penjualan, hal ini karena desain kemasan dalam suatu produk dapat memikat konsumen untuk membeli produk tersebut. Selain kemasan, suatu produk juga harus memiliki "*brand*" sebagai identitas bisnis. *Brand* dalam suatu produk dapat membedakan dengan pesaing lainnya (Dwirati et al., 2023).

Selanjutnya untuk meningkatkan hasil penjualan usaha ini di pasaran, diperlukan akses pasar yang luas. Maka dari itu perlu menyentuh segmen pasar modern dengan memanfaatkan teknologi informasi. Melalui *website* dan media sosial sangat efektif untuk meningkatkan pemasaran dan omset penjualan. Pelaku usaha ini dapat memanfaatkan sarana jejaring sosial untuk membantu meningkatkan pendapatan secara signifikan serta meluaskan akses pasar sehingga produk yang dihasilkan dapat di jangkau secara luas (Cahyo et al., 2024).

Metode Pelaksanaan

Kegiatan ini merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, adalah salah satu program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) melalui Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan tema Digitalisasi Desa. Sebagai Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), kami membimbing mahasiswa yang melaksanakan KKN di lapangan khususnya di Desa Tapong, dan salah satu luaran program mereka adalah melakukan pendampingan terhadap pelaku usaha gula aren di desa tersebut. Waktu pelaksanaan program yakni pada bulan September sampai dengan bulan Nopember.

Langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan survei potensi desa yang dapat dikembangkan dalam rangka meningkatkan taraf ekonomi masyarakat desa khususnya di Desa Tapong, dan hasil survei ditemukan bahwa sebagian masyarakat melakukan kegiatan produksi gula aren dengan skala rumahan atau industri rumah tangga, dengan memanfaatkan hasil kebun mereka, yang menurut kami sangat memungkinkan untuk dikembangkan. Dikarenakan potensi hasil kebun aren mereka berpotensi memproduksi gula aren secara masif dan berkelanjutan, namun masih memiliki kendala khususnya pada proses produksi yang belum terdiversifikasi dan pemasaran yang masih lemah atau tradisional, sehingga mempengaruhi pertumbuhan usaha tersebut dan secara umum mempengaruhi pertumbuhan ekonomi masyarakat tersebut atau desa tersebut.

Maka dari itu, langkah kedua yang dilakukan adalah melakukan pemetaan masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha tersebut, serta memetakan potensi pertumbuhannya. Selanjutnya memetakan masalah-masalah yang dihadapi oleh masyarakat yang melakukan usaha produksi gula aren tersebut, untuk kemudian dirumuskan langkah-langkah penyelesaian masalah dan strategi pengembangannya. Setelah mengetahui permasalahan usaha yang dihadapi oleh pelaku usaha, maka dapat dirumuskan solusi untuk membantu pengembangan usaha tersebut antara lain: pendampingan penerbitan izin usaha, diversifikasi produk, *branding* dan *packaging* produk, serta strategi pemasaran modern.

Semua pelaksanaan pendampingan dan bimbingan kami lakukan secara langsung kepada pelaku usaha tersebut yakni keluarga Bapak Tamrin, dan kami memberi nama yakni Usaha Gula Aren Tapong. Bimbingan dan pendampingan oleh kami Dosen Pembimbing Lapangan dan Mahasiswa yang melakukan edukasi langsung mulai dari proses pembuatan izin usaha, produksi (*diversifikasi*), *branding* dan *packaging*, sampai pada edukasi pemasaran modern. Keterlibatan Pemerintah Desa Tapong dalam pada proses pemasaran karena akan menggunakan web resmi desa, sebagai media pemasaran produk lokal Desa Tapong.

Hasil dan Pembahasan

Pendampingan Pengurusan Surat Izin Berusaha

Sebelumnya, usaha masyarakat yang tergolong usaha mikro ini belum sama sekali memiliki legalitas, dikarenakan pemahaman pelaku usaha masih terbatas akan pentingnya legalitas bagi keberlangsungan dan perkembangan usaha mereka. Keberadaan legalitas usaha merupakan standar yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha, walaupun usaha yang dijalankan berskala kecil atau mikro, agar usahanya dinyatakan sah secara hukum (Supriyo et al., 2023). Pelaku usaha yang belum memiliki legalitas usaha akan sulit untuk berkembang, dikarenakan akses untuk mendapatkan bantuan modal dari pemerintah dan perbankan sangat sulit didapatkan. Melihat usaha ini masih membutuhkan modal untuk pengadaan alat produksi modern agar produksi bisa lebih masif, maka bantuan dari pemerintah dan perbankan dibutuhkan untuk pengadaan alat produksi. Legalitas usaha mempunyai manfaat karena akan memungkinkan memperoleh bantuan pendampingan dari pemerintah serta memudahkan pengajuan modal usaha dari perbankan melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR).

Selain itu kepercayaan konsumen terhadap produk dibutuhkan agar pemasaran dapat lebih kuat. Penerbitan Nomor Induk berusaha (NIB) bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap semua jenis komoditi yang diproduksi dan meningkatkan kepercayaan masyarakat pada semua segmen pasar (Yamin et al., 2023). Konsumen umumnya lebih memperhatikan kualitas produk yang terjamin melalui legalitasnya, maka dari itu kami melalui mahasiswa bimbingan melakukan pendampingan pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) sampai diterbitkan, dan yang lebih penting memberikan pemahaman tentang manfaat bagi pelaku usaha jika telah memiliki NIB. Manfaat dari bagi para pelaku usaha yang telah memiliki NIB atau legalitas usaha antara lain; mendapatkan jaminan perlindungan hukum, memudahkan dalam mengembangkan usaha, membantu memudahkan pemasaran usaha, akses pembiayaan yang lebih mudah, dan memperoleh pendampingan usaha dari pemerintah (Anggraeni, 2022).



Gambar 4. Nomor Induk Berusaha (NIB)

Diversifikasi Produk

Sebelum adanya pendampingan dan pembinaan dari kami dosen pembimbing lapangan serta mahasiswa KKN, usaha produksi Gula Aren Tapong ini masih belum beragam, produksi masih dalam satu bentuk yakni gula aren balok. Hal ini dikarenakan pemahaman mereka belum baik, bahwasanya diversifikasi produk gula aren hasil produksi usaha mereka dapat meningkatkan hasil penjualan, karena umumnya konsumen akan memilih produk berdasarkan kebutuhan, semakin banyak pilihan bagi konsumen maka semakin tinggi permintaan akan produk tersebut.

Diversifikasi adalah usaha penganekaragaman produk (Khairani & Pratiwi, 2018), diversifikasi produk sangat diperlukan untuk mempertahankan penjualan dan memitigasi risiko akibat penurunan volume penjualan produk utama (Nuswantoro et al., 2024). Salah satu bentuk produk yang ditawarkan adalah gula aren balok, gula aren cair dan gula aren semut, yang dikemas secara elegan dan lebih modern. Namun pada tahap pelaksanaan masih fokus pada pembuatan gula balok dan gula aren cair dikarenakan keterbatasan waktu pelaksanaan KKN.



Gambar 5. Gula Aren Balok dan Cair

Kelebihan dari gula aren cair adalah dapat menghemat biaya produksi dan mempersingkat proses produksi. Kebutuhan akan gula aren cair di pasaran sangat tinggi, dikarenakan lebih praktis dan cocok akan kebutuhan konsumen di era modern saat ini. Gula aren cair memiliki prospek yang sangat menjanjikan di pasar, baik di dalam negeri maupun ekspor. Produk ini semakin diminati karena kesadaran konsumen terhadap kesehatan yang meningkat, serta kemudahan penggunaannya sebagai pemanis alami dalam berbagai minuman dan makanan.

Maka dari itu dalam pelaksanaan program KKN ini kami Dosen Pembimbing Lapangan bersama Mahasiswa bimbingan kepada pelaku usaha mempraktikkan pembuatan gula arena cair dan proses pengemasan agar dapat lebih tahan lama dan higienis. Bimbingan dan pendampingan dilakukan sampai tuntas, sampai mereka betul-betul dapat membuat dan mengemas gula aren cair dengan baik.

Branding dan Packaging

Begitupula pada kemasan serta label Usaha Gula Aren Tapong belum ada, hal tersebut tentu mempengaruhi proses penjualan dan standar harga. Pentingnya branding yang kuat dan kemasan yang menarik tidak dapat diabaikan, terutama dalam konteks pasar yang semakin kompetitif. Branding bukan sekadar identitas visual; itu mencakup nilai-nilai, cerita, dan persepsi yang ingin disampaikan kepada pelanggan (Purhita et al., 2023). Kemasan (*packaging*) berfungsi sebagai pelindung fisik produk, juga dapat menjadi alat komunikasi visual yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen, menciptakan nilai estetika dan memperkaya pengalaman konsumen. Sedangkan Pengenal (*branding*) adalah salah satu cara untuk memperkenalkan profesionalitas bisnis (Lesmini et al., 2024). Kemasan atau packaging yang baik dapat mempengaruhi kualitas produk, sehingga produk dapat tahan lama, bersih dan orignalitas terjaga, begitupula branding atau label produk, dapat mempertegas dan mendeskripsikan produk tersebut. Branding dan packaging yang baik, profesional dan modern akan mengangkat nilai jual, menjaga kualitas produk, serta memberi kepercayaan kepada konsumen.

Maka dari itu diberikan bimbingan dan pemahaman tentang pentingnya membranding dan mempackaging produk mereka, sampai tuntas. Terbukti dengan melakukan pengemasan dan melabeli produk mereka, maka produk kelihatan lebih elegan dan modern. Hasilnya penjualan meningkat, terbukti dengan banyaknya pesanan dari konsumen dengan harga yang lebih tinggi dibanding dengan harga sebelumnya. Hal ini dikarenakan produk tersebut telah di kemas dan di label dengan baik sehingga konsumen lebih merasa nyaman dan aman membelinya.

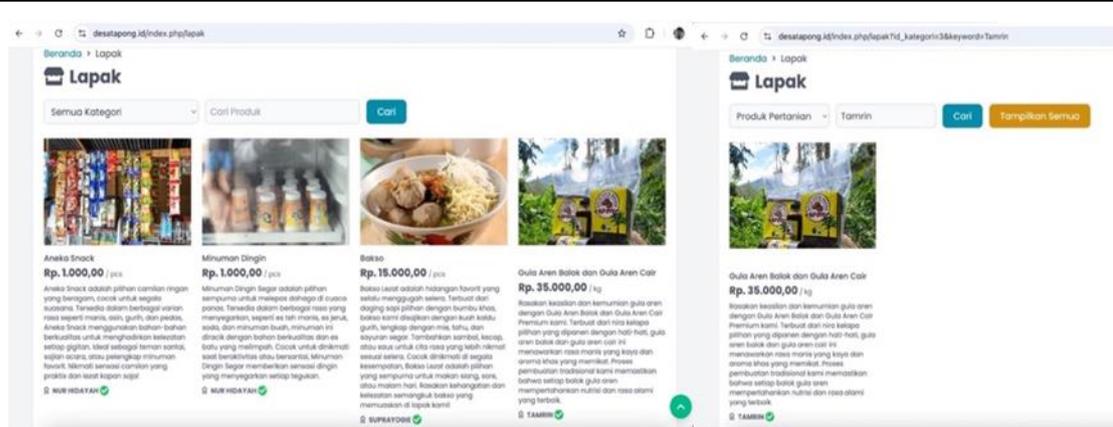


Gambar 6. Branding dan Packaging Produk

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran sangat diperlukan dalam menopang usaha masyarakat ini, karena tanpa adanya pemasaran yang baik maka usaha akan sulit untuk berkembang, melihat begitu banyaknya produk usaha yang sama. Sebelumnya mereka hanya memproduksi gula aren berdasarkan pesan produksi dari konsumen, begitupula pemasarannya hanya di pasar tradisional di daerah tersebut. Pemasaran adalah salah satu upaya untuk memasarkan suatu produk atau jasa kepada konsumen dengan menyampaikan keuntungan yang akan didapatkan konsumen saat memiliki produk atau jasa yang ditawarkan, pemasaran dilakukan secara konvensional dengan berbagai cara yaitu melalui strategi pemasaran (Khairunnisa, 2022). Pemasaran online adalah proses strategis untuk menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan memberikan harga dan layanan yang baik untuk pasar sasaran melalui internet atau media digital. Komunikasi pemasaran online dan bentuk barunya memberikan cakupan yang lebih luas, yang dapat menyebarkan iklan dengan lebih baik ke audiens yang lebih luas (Mahliza et al., 2020).

Para pelaku usaha kecil atau *home industry* hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkannya. Pemasaran digital adalah istilah yang sering digunakan untuk menggambarkan praktik pemasaran yang memanfaatkan kemajuan teknologi digital. Digital marketing yang interaktif dan terintegrasi memudahkan produsen, perantara pasar, dan calon konsumen untuk saling berinteraksi. Pemasaran digital di media online juga memiliki manfaat pemasaran penjangkauan dan sangat menguntungkan karena memudahkan pelanggan untuk mempelajari produk pemasaran yang mereka butuhkan (Aditya & Rusdianto, 2023).



Gambar 7. Pemasaran di Website

Kami dosen pembimbing lapangan bersama mahasiswa, dengan melibatkan aparat desa khususnya operator web desa memberikan informasi dan pemahaman akan pentingnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran produk Usaha Gula Aren Tapong ini. Selanjutnya melalui operator desa, produk Usaha Gula Aren Tapong kami posting secara online di website desa. Melalui website desa, produk Gula Aren Tapong dapat dipasarkan secara online, adapun web desa tersebut adalah <https://www.desatapong.id/index.php/lapak>.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian ini, khususnya pada Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Parepare (UMPAR) telah memberikan dampak yang positif bagi masyarakat, salah satunya kegiatan pembinaan pada industri rumah tangga yakni usaha produksi gula aren di Desa Tapong. Usaha masyarakat ini setelah dilakukan pendampingan dan pembinaan dapat terlihat perkembangannya, antara lain; pertama izin usaha telah terbit memungkinkan pelaku usaha dapat mengakses bantuan dan pendampingan dari pemerintah serta dapat mengakses bantuan modal dari perbankan; kedua diversifikasi produk telah ada, terbukti dengan produk sudah beragam, awalnya hanya gula aren balok yang mereka produksi kini telah ada gula aren cair; ketiga *branding* dan *packaging* produk telah dilakukan sehingga produk usaha tersebut aman dan elegan di pasarkan, dan yang terakhir akses pasar telah terbuka secara luas, dengan memanfaatkan teknologi informasi berbasis *website* di desa. Namun kegiatan pengabdian ini masih terbatas, mengingat waktu pelaksanaan KKN hanya sebulan lebih, sehingga masih sangat perlu dikembangkan khususnya pada bantuan peralatan produksi yang lebih modern, serta diversifikasi produk yang lain, seperti gula aren semut. Maka diharapkan kedepan pelaksanaan pengabdian selanjutnya dapat mendampingi dan membina usaha ini pada pengembangan diversifikasi produk serta pengembangan peralatan produksinya.

Daftar Pustaka

- Aditya, R. & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102.
- Agustina, M., Sahfitri, V., Agustini, E. P., & Marlindawati, M. (2023). Penyuluhan dan Pelatihan Peningkatan Kualitas Labeling, Packaging dan Marketing Produk Pada UMKM Desa Suka Negeri. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(9), 6383–6388.
- Aliyyah, R. R., Rahmawati, R., Sepriyani, W., Safitri, J., & Ramadhan, S. N. P. (2021). Kuliah kerja nyata: pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan pendampingan pendidikan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(2), 663–676.
- Anggraeni, R. (2022). Pentingnya Legalitas Usaha Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Eksaminasi: Jurnal Hukum*, 1(2), 77–83.
- Cahyo, P. N., Wulansari, D. D., Romadhoni, D. A., Damayanti, A., Sujadi, I., Fahri, A. A., & Saputra, A. H. (2024). Pengaruh Media Sosial Dan Perluasan Akses Pasar Terhadap Pendapatan Umkm Di Bojonegoro. *Seminar Nasional LPPM UMMAT*, 3, 342–349.

-
- Dwirati, L., Melati, R., Sulistia, A. W., Putra, M. R. A., Veronica, M., Ulum, M. B., & Hendarmin, R. M. R. (2023). Pengenalan Branding dan Packaging dalam Meningkatkan Penjualan pada UMKM Kemplang Ubu di Desa Talang Nangka, Kecamatan Lembak. *Journal of Human And Education (JAHE)*, 3(3), 83–87.
- Endah, K. (2020). Pemberdayaan Masyarakat: Menggali Potensi Lokal Desa. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6(1), 135–143.
- Erlina, L., Al Fudiah, N., Auliya, K., Shadiqah, C. A., Fadhillah, S., & Rizki, N. L. K. (2023). Pengabdian Kepada Masyarakat Melalui Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Besar Kota Medan. *Zad Al-Ummah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 75–90.
- Haerana, H., Fatmawati, F., & Asdar, A. (2023). Pelatihan Diversifikasi Produk pada Pengrajin Bambu di Desa Sawakong Kabupaten Takalar. *Jurnal Abmas Negeri (JAGRI)*, 4(2), 135–143.
- Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi Pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang. *Caradde: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 36–43.
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98–102.
- Lesmini, L., Firdaus, M. I., & Rifni, M. (2024). Sosialisasi Strategi Packaging dan Branding untuk Meningkatkan Daya Saing Produk. *ADMA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 375–386.
- Mahliza, I., Husein, A., & Gunawan, T. (2020). Analisis strategi pemasaran online. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(3), 250–264.
- Mulyani, I., Koni, A., & Kurniawan, W. (2024). Analisis Home Industri Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)*, 3(1), 63–76.
- Nopi, N., Sulaiman, A., & Sujadmi, S. (2021). Optimalisasi Potensi Lokal untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Tanjung Gunung. *Jurnal Studi Inovasi*, 1(3), 23–29.
- Nuswanto, B. S., Rohmah, K. L., Rahmawati, D. R., Purwansyah, Y., & Aisyah, F. S. R. (2024). Pelatihan Pengembangan Bisnis Melalui Metode Diversifikasi Produk Bagi UMKM. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 43–50.
- Permana, A. F. (2021). Konseptualisasi Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa. *J-EBI: Jurnal Ekonomi Bisnis Islam*, 1(1).
- Purhita, E. J., Nugroho, S., Widiastuti, S., Zainudin, A., HBN, A., & Fitrianto, Y. (2023). Peningkatan kapasitas SDM dalam memahami pentingnya branding & packaging produk UMKM desa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(4), 4455–4462.
- Ridwan, I., & Wahyudi, D. (2020). Pemberdayaan Perempuan Melalui Pelatihan Pengolahan Ikan Lele dan Diversifikasi Produk diI UMKM Mutiara Timur. *Jurnal Dedikasi Masyarakat*, 3(2), 2598–7984. <https://mail.jurnalpertanianumpar.com/index.php/jdm/article/view/441>
- Rohama, R., Melviani, M., Tumanggor, A. H. U., Shinta, L. S. A., & Jannah, G. R. (2023). Peningkatan Pengetahuan Tentang Konsep Dasar UMKM dan Legalitas Usaha. *JPKMI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia)*, 4(4), 265–276.
- Sisi, L., & Purbaningsih, Y. (2023). Potensi Pengembangan Home Industri Gula Aren di Kecamatan Polinggona Kabupaten Kolaka. *Prosiding Seminar Nasional Pemanfaatan Sains dan Teknologi Informasi*, 1(1), 197–204.
- Supriyo, A., Latifah, L., & Isnawati, M. (2023). Pendampingan Legalitas Usaha Perlindungan Hukum Bagi UMKM di Mitra PCM Gunung Anyar Surabaya Hingga Penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB). *Borobudur Journal on Legal Services*, 4(1), 44–52.
- Yamin, M., Jufri, A. W., & Santoso, D. (2023). Pendampingan Pengurusan Perizinan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Gunungsari Lombok Barat. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 6(2), 129–134.
-