

## **Pemberdayaan Masyarakat Desa Tahunan Baru Kabupaten Pacitan melalui Optimalisasi Produk Biofarmaka**

### **Community Empowerment In Tahunan Baru Village Pacitan Regency In Form Biopharmaceuticals Product Optimization**

**Ari Diana Susanti\*, Achmad Wahyu Mochtar, Ana Pristiwijayani, Arzaq Taukida,  
Athifah Lanyazzahra, Dea Saskya Eka Puji Lestari, Ilyas Pramudya Timur, Mega Isti  
Naaifah, Raihana Fajriah, Rizka Meisari**

Universitas Sebelas Maret, Jalan Ir. Sutami 36 Ketingan, Jebres, Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia

\*Corresponding author: [aridiana@staff.uns.ac.id](mailto:aridiana@staff.uns.ac.id)

**Abstract:** The territory of Indonesia consists of various types of graphic conditions with various prosperities that are very potential to be developed. One of them is the potential of biopharmaceuticals products in Pacitan Regency, precisely in Tahunan Baru Village, Tegalombo District. Packaging and marketing of biopharmaceutical products is still a basic problem that will be solved through the Sebelas Maret University's Student Community Program or '*Kuliah Kerja Nyata*' (KKN) for the July-August 2022 period. Initial surveys show that packaging has not yet become an important aspect to attract market interest. Crucial information related to the product has not been included in the packaging design, such as product identity, expiration date, and composition. From the marketing aspect, product sales are still in the conventional way. To support the optimization of biopharmaceuticals products in terms of packaging and marketing, the programs are carried out in the form of human resource development, mapping and digitising MSMEs, ginger candy, rebranding, labelling, and digital marketing training. Implementation of activities using face-to-face methods both individually and in groups in the form of socialisation, discussion and demonstration or direct practice.

**Keywords:** Biopharmaceuticals, Marketing, Optimization, Packaging

#### **1. PENDAHULUAN**

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki letak geografis yang strategis di berbagai bidang kehidupan, ditambah lagi dengan dimilikinya musim tropis oleh Indonesia yang membuat Indonesia memiliki banyak sekali kekayaan alam, mulai dari kekayaan alam yang dapat diperbarui hingga kekayaan alam yang tidak dapat diperbarui. Hal ini tentu dapat menjadi modal yang sangat signifikan bagi bangsa Indonesia untuk mencapai tujuan serta cita-cita bangsa Indonesia sebagaimana termaktub dalam Undang-Undang Dasar 1945 alenia ke-4.

Kekayaan alam yang dimiliki oleh bangsa Indonesia ini tentunya harus diiringi juga dengan sumber daya manusia yang mumpuni dan berkompeten sehingga bisa menciptakan manajemen pengelolaan yang baik untuk mengelola sumber daya alam yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia. Dengan adanya pengelolaan sumber daya alam yang baik maka kemudian akan senantiasa terjaga kualitas dan kuantitasnya, dan memiliki pengaruh terhadap nilai ekonomis yang timbul dari tiap komoditas sumber daya alam tersebut. Dengan begitu secara langsung maupun tidak langsung akan meningkatkan pendapatan baik pendapatan untuk daerah maupun pendapatan nasional.

Kabupaten Pacitan adalah salah satu daerah yang didalamnya terdapat banyak sekali sumber daya alam yang "bisa dijual" dan menghasilkan pendapatan untuk daerahnya. Mulai dari letak geografis yang sangat strategis karena sepanjang daerahnya berbatasan langsung dengan laut lepas yang sangat menarik untuk dinikmati, budayanya yang sangat khas, hingga kekayaan alam yang berasal dari tumbuh-tumbuhan, mulai dari kayu dari pohon yang memiliki kualitas unggul, berbagai macam tanaman empon-empon yang tumbuh subur.

Desa Tahunan Baru merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Tegalombo Kabupaten Pacitan yang memiliki potensi kekayaan alam berupa tanaman empon-empon yang tumbuh subur baik di ladang persawahan maupun pekarangan rumah tiap warganya. Hal ini tentunya dapat menjadi suatu potensi yang sangat menguntungkan bagi masyarakat setempat. Hal ini terbukti dengan banyaknya industri baik dalam bentuk



perseorangan maupun kelompok yang sudah memanfaatkan tanaman empon-empon sebagai jamu bubuk instan yang dibuat masih dengan cara manual dan tradisional.

Dalam pelaksanaan industri tersebut tentunya masih banyak sekali permasalahan, khususnya di tahapan packaging dan marketing. Setelah melakukan survey dan pengamatan secara intensif, dapat ditarik kesimpulan bahwa akar permasalahan dari masalah produk tersebut adalah semua operasionalnya terlalu menggunakan metode tradisional. Masyarakat pelaku industri jamu biofarmaka tersebut rata-rata belum berani untuk melangkah ke arah digitalisasi produk, hal ini disebabkan dengan sumber daya manusia dan letak geografis Desa Tahunan Baru masih belum terlalu bisa diandalkan.

Dari hasil pengamatan, packaging produk dinilai masih sangat standar dan bisa dibilang belum dapat menarik perhatian calon pembeli. Disisi lain ada juga unsur-unsur yang seharusnya dimasukkan dalam desain packaging dan desain label namun didalam packaging yang sudah dibuat belum dimasukkan. Hal ini jelas sangat berpengaruh terhadap minat calon pembeli terhadap produk tersebut, apa lagi jika dibandingkan dengan produk-produk yang dihasilkan dari industri skala besar yang sudah mengusung kuat aspek digitalisasi.

Dari aspek marketing atau pemasaran, produk tersebut masih dijual dan disebarluaskan masih dengan cara yang tradisional dan manual. Industri di daerah tersebut masih menjual produknya di pasar-pasar tradisional, belum merambah ke ranah e-commerce atau yang biasa disebut dengan online shop. Padahal kalau ditinjau dari luasnya pasar, maka jauh lebih luas online shop mangsa pasarnya. Artinya dengan online shop tersebut, produk yang dijual bisa lebih menjangkau area pasar yang luas jika dibandingkan dengan marketing secara tradisional.

Dari permasalahan yang terdapat dalam operasional produksi jamu serbuk instan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa perlu adanya tindakan pemberdayaan masyarakat Desa Tahunan Baru melalui kegiatan digitalisasi untuk menunjang optimalisasi produk biofarmaka berupa jamu serbuk instan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan finansial untuk seluruh masyarakat Desa Tahunan Baru.

## 2. METODE

Pelaksanaan optimalisasi biofarmaka menggunakan metode tatap muka langsung baik secara individu, kelompok maupun massal. Optimalisasi biofarmaka ini menggunakan beberapa teknik diantaranya ceramah, diskusi dan demonstrasi atau praktik secara langsung. Sasaran dari kegiatan ini adalah pelaku UMKM di Desa Tahunan Baru, Kecamatan Tegalombo, Kabupaten Pacitan.

Tahap rangkaian pelaksanaan program kerja optimalisasi biofarmaka sebagai berikut :

### a) Pemetaan dan digitalisasi UMKM

Pemetaan dan digitalisasi UMKM dilaksanakan mulai dari tanggal 19 Juli – 12 Agustus 2022. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara perangkat desa dan survei UMKM secara langsung. Program kerja ini dilaksanakan dengan mendatangi langsung lokasi UMKM untuk pengumpulan data usaha, tagging atau penitikan dan tracking jalan menggunakan aplikasi Avenza Maps. Selanjutnya data-data tersebut diolah untuk dijadikan peta menggunakan aplikasi ArcGIS hingga menjadi mading peta. Terakhir yaitu memasukkan koordinat dan deskripsi lokasi UMKM ke Google Maps.

### b) Pelatihan ginger candy

Pelatihan ginger candy dilaksanakan pada hari Selasa, 9 Agustus 2022 dengan sasaran kelompok PKK Jamu Sido Rukun. Teknik pelaksanaan dengan ceramah dan demonstrasi. Ceramah dan diskusi membahas mengenai pengertian permen, kandungan jahe, alat dan bahan yang digunakan, cara pembuatan dan manfaat permen jahe. Menurut Malia dan Rahayu (2014), metode ceramah dan diskusi dinilai efektif dalam peningkatan pengetahuan peserta. Demonstrasi atau praktik langsung dimulai dengan persiapan alat dan bahan, pembersihan dan pamarutan jahe serta pengambilan sari jahe. Langkah selanjutnya pembuatan permen jahe dengan menuangkan sari jahe, gula, lemon, madu dan air hingga terjadi proses karamelisasi. Terakhir, mendinginkan adonan pada baking paper, membentuk sesuai selera dan melakukan pengemasan.

### c) Rebranding dan labelling

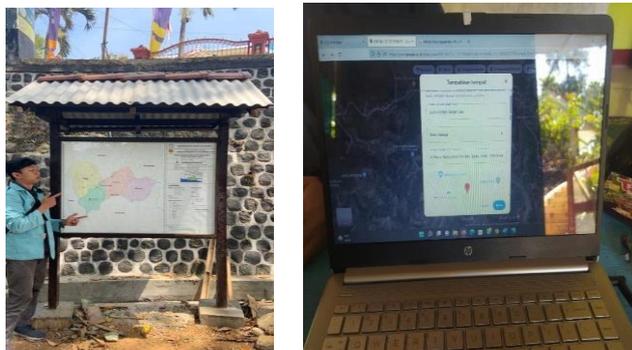
Kegiatan rebranding dan labelling merupakan salah satu hal penunjang untuk optimalisasi sebuah produk. Kegiatan ini dilaksanakan sebagai upaya untuk meningkatkan nilai jual produk. Kemasan produk rumah Desa Tahunan Baru didominasi oleh kemasan yang masih konvensional atau tradisional. Rebranding dan labelling dilaksanakan dengan cara membuat desain kemasan baru dan memberi identitas produk. Langkah awal yang dilakukan adalah melakukan identifikasi produk ke rumah industri, selanjutnya dilakukan brainstorming ide kemasan. Ide kemasan dituangkan dalam kemasan modern yaitu standing pouch. Sebagai langkah akhir, sosialisasi dilaksanakan kepada masyarakat pelaku industri. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan penjelasan kepada masyarakat tentang pentingnya kemasan sebuah produk dan unsur-unsur yang seharusnya ada di dalam sebuah kemasan.

### d) Digital marketing

Saat ini perkembangan dunia digital berkembang begitu cepat, oleh karenanya pelaku UMKM perlu menyesuaikan dengan hal tersebut. Digital marketing menjadi langkah akhir dalam upaya optimalisasi produk UMKM Desa Tahunan Baru. Kegiatan ini merupakan upaya memperkenalkan digital marketing kepada UMKM di Desa Tahunan Baru. Kegiatan dilaksanakan melalui metode sosialisasi, dimana dalam hal tersebut dijelaskan apa itu digital marketing, dan bagaimana melakukan penjualan produk melalui sosial media maupun marketplace, mulai dari tutorial membuat akun, memposting produk, hingga membuat promo. Selain menyasar UMKM, kegiatan ini juga ditujukan kepada beberapa lembaga desa seperti Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), Karang Taruna, dan ibu-ibu PKK.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis diminta menuliskan nomor halaman pada setiap halaman, yaitu penomoran di bagian bawah kanan pada halaman ga Program kerja dirancang dan dilaksanakan dengan tujuan untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh masyarakat. Program kerja tersebut dilaksanakan secara berkesinambungan di Desa Tahunan Baru. Kegiatan dikemas dan dilaksanakan dengan tujuan yang beragam berdasarkan bidang yang ditentukan dengan tema umum utamanya mengenai biofarmaka. Program kerja utama tersebut antara lain pemetaan dan digitalisasi umkm, pembuatan ginger candy, rebranding dan labelling serta digital marketing.njil, dan penomoran di bagian bawah kiri pada halaman genap. *Header* dan *footer* mengikuti *template* naskah ini.



Gambar 1. Program Kerja Digitalisasi UMKM

Salah satu program yang dilaksanakan oleh tim KKN adalah Pemetaan dan Digitalisasi UMKM yang terdapat di Desa Tahunan Baru. Program ini bertujuan untuk pengoptimalisasian layanan informasi berupa tempat produksi UMKM kepada masyarakat luas guna mengoptimalkan pemasaran. Program ini diawali dengan dilakukannya *tracking* jalan menggunakan aplikasi *Avenza maps*. Kemudian dilakukan penitikan lokasi produksi UMKM dan melakukan wawancara terhadap pelaku usaha mengenai informasi-informasi tentang usaha yang dimilikinya. Setelah itu, data yang dihasilkan diimplementasikan ke dalam bentuk peta yang diberikan perbedaan warna sebagai indikator perbedaan bangunan dengan bantuan aplikasi *ArcGIS*. Pemberian perbedaan warna pada peta tersebut bertujuan untuk memudahkan pengguna dalam mengetahui informasi berupa berbagai jenis UMKM yang ada (Putra dkk., 2015). Peta yang dihasilkan kemudian dipasang di depan Balai Desa Tahunan Baru. Data-data yang diperoleh selama wawancara dengan pelaku usaha juga dimasukkan ke dalam aplikasi *Google Maps*. Kegiatan digitalisasi UMKM ke dalam *Google Maps* ini agar memudahkan masyarakat terutama masyarakat luar Desa Tahunan Baru dalam melakukan pengaksesan mengenai informasi-informasi UMKM yang terdapat di Desa Tahunan Baru. Hasil dari program ini adalah masyarakat baik dari dalam maupun luar Desa Tahunan Baru dapat mengetahui lokasi-lokasi dan informasi lainnya mengenai UMKM yang terdapat di Desa Tahunan Baru. Dengan adanya program ini, diharapkan mampu membantu UMKM yang terdapat di Desa Tahunan Baru dalam mengenalkan produknya ke masyarakat luas dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.



Gambar 2. Pelatihan Pembuatan Ginger Candy

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) merupakan suatu sektor usaha kecil masyarakat yang didirikan berdasarkan inisiatif seseorang. UMKM berpotensi mampu mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih merata dan adil serta dapat membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat setempat (Astuti dkk., 2020). Salah satu daerah di Kabupaten Pacitan yang memiliki UMKM yang masih berkembang adalah Desa Tahunan Baru. Desa Tahunan Baru memiliki potensi alam yang sangat banyak terutama dibidang biofarmaka, seperti kunyit, jahe, kencur, dan lain-lain. Biofarmaka atau biasa disebut dengan tanaman obat merupakan sekelompok jenis tanaman yang memiliki peran sebagai obat dan dapat dipergunakan untuk penyembuhan atau untuk mencegah berbagai penyakit. Tanaman obat tersebut mengandung beberapa zat aktif tertentu yang memiliki efek mengobati (Sarno, 2019). Tanaman obat tersebut dimanfaatkan oleh masyarakat Desa Tahunan Baru sebagai bahan produksi



untuk membuka peluang usaha atau UMKM. Era digitalisasi saat ini, memberikan tantangan dan peluang bagi pelaku usaha dalam meningkatkan produktifitas usahanya. Pelaku usaha harus mampu memanfaatkan perkembangan teknologi untuk menjalankan maupun mengembangkan kegiatan bisnis mereka dan bersaing dengan pelaku bisnis lainnya baik dari segi produksi, informasi, maupun dari segi pemasaran.

Sebelum dilaksanakan praktik langsung mengenai pelatihan pembuatan permen dari jahe, kelompok PKK diberikan pemaparan singkat terlebih dahulu mengenai permen, jahe, alat, bahan yang digunakan beserta fungsinya, serta prosedur pembuatan permen jahe. Setelah itu, kelompok PKK melaksanakan praktik pembuatan permen jahe dengan didampingi oleh tim KKN. Hasil dari program kegiatan ini yaitu kelompok PKK dapat memahami alat dan bahan yang digunakan serta cara pembuatan permen jahe hingga pengemasannya. Dengan adanya program kegiatan ini, diharapkan pengolahan jahe di Desa Tahunan baru lebih bervariasi, sehingga produk lebih menarik minat masyarakat dan mempunyai nilai jual yang cukup tinggi.



Gambar 3. Pelatihan Digital Marketing

Program rebranding dan labelling merupakan salah satu program kerja utama yang dilakukan oleh kelompok 339 KKN UNS. Banyak pelaku UMKM di Desa Tahunan Baru yang masih menerapkan pemasaran secara konvensional, sehingga penjualan produk tidak maksimal. Perkembangan digital yang sangat pesat mengakibatkan pelaku UMKM perlu menyesuaikan diri dengan kondisi tersebut. Rebranding menjadi salah satu strategi pemasaran melalui mengubah atau memperbaiki nama, tagline, simbol, dan desain yang diciptakan untuk merek yang bertujuan untuk pengembangan dan pembaharuan di benak pesaing, investor, dan konsumen namun tetap berorientasi profit. Rebranding bermaksud untuk meningkatkan daya saing produk melalui pengembangan dan penguatan merek supaya lebih marketable dan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk (Fortunisa, 2019). Rebranding dapat mencakup labelling pada desain kemasan, dimana desain berperan untuk mengkomunikasikan produk dari visual. Desain kemasan mampu memberikan informasi yang spesifik kepada konsumen melalui adanya label. Selain itu, labelling dan desain kemasan juga menjadi pembanding antar produk, menambah nilai, serta lebih baik dipandang, sehingga konsumen lebih termotivasi untuk membeli produk tersebut. Brand dan label ini menjadi salah satu faktor penting terhadap keberhasilan rencana pemasaran produk (Agung dkk, 2022).

Hasil dari program ini yaitu adanya katalog digital produk UMKM, upgrading label, dan papan identitas kegiatan UMKM. E-katalog dan papan identitas diharapkan mampu mempermudah masyarakat untuk menuju rumah produksi UMKM. Dari data yang diperoleh, terdapat 20 UMKM di Desa Tahunan Baru yang didominasi oleh kategori makanan. Data tersebut disinkronkan dengan Peta dan Maps UMKM. Selain itu, data UMKM yang mencakup nama, pemilik, jenis produk, nomor HP, dan alamat UMKM digabungkan dalam bentuk E-Katalog yang dapat diakses pada link <http://uns.id/UMKMTAHUNANBARU>. Papan lokasi kegiatan UMKM juga diberikan kepada para pelaku UMKM. Setelah rebranding, dilanjutkan program mengenai pelatihan upgrading produk, terutama pada kemasan produk. Hasil upgrading label UMKM yaitu untuk produk jamu instan. Dengan adanya upgrade label, diharapkan kemasan yang terbaru dapat digunakan untuk hasil produk selanjutnya, sehingga lebih menarik konsumen dan meningkatkan hasil penjualan.



Gambar 4. Pelatihan Digital Marketing

Program digital marketing merupakan salah satu program kerja utama yang diadakan oleh kelompok 339 KKN UNS yang bertujuan untuk memperkenalkan digital marketing kepada UMKM di Desa Tahunan Baru. Hal ini karena banyak pelaku UMKM di Desa Tahunan Baru yang terkendala mengenai pemasaran produk. Trend pemasaran atau marketing mulai beralih dari konvensional menjadi digitalisasi. Digital marketing menjadi salah satu media komunikasi yang lebih efektif dan efisien untuk pemasaran produk. Digital marketing umumnya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu, sehingga memudahkan adanya interaksi antara produsen, perantara, dan calon konsumen (Urva dkk, 2022). Digital *marketing* dapat dilakukan melalui pemanfaatan beberapa saluran. Tujuan penentuan saluran yang sesuai pada digital *marketing* yaitu dengan memilih jenis saluran yang dapat memberikan hasil yang maksimal pada komunikasi dua arah. Saluran digital *marketing* tersebut antara lain pemasaran afiliasi, pemasaran tampilan, pemasaran *email*, *search engine marketing*, *social media marketing*, dan hubungan masyarakat daring (Rohmah, 2019).

Program kegiatan yang dilaksanakan berupa sosialisasi tentang digital *marketing*, strategi pemasaran *online*, cara pemasaran produk melalui sosial media *Facebook* dan *marketplace Shopee*, serta tutorial pembuatan akun dan upload produk. Hasil yang dicapai dari sosialisasi digital *marketing* ini yaitu adalah para pelaku UMKM dan lembaga desa lebih memahami digitalisasi *marketing*. Dari hal tersebut, diharapkan kedepannya pemasaran produk UMKM dapat diterapkan langsung dengan cara digital *marketing* melalui *Shopee* dan *Facebook*.

#### 4. SIMPULAN

Kegiatan KKN yang dilaksanakan oleh tim KKN Kelompok 339 UNS bertujuan untuk memecahkan permasalahan dan mengembangkan potensi yang terdapat di Desa Tahunan Baru. Potensi utama tersebut berupa biofarmaka yang dijadikan sebagai acuan dalam pembuatan program kerja yang ada. Program kerja utama yang dilaksanakan oleh tim KKN Kelompok 339 yakni pemetaan dan digitalisasi UMKM, pembuatan *ginger candy*, *rebranding* dan *labelling* serta digital *marketing*.

Pemetaan dan digitalisasi umkm dilaksanakan secara bersamaan dikarenakan data yang dibutuhkan sama, namun dengan *output* yang berbeda. Pada pemetaan umkm sendiri memiliki output berupa mading peta, sedangkan pada digitalisasi umkm memiliki output berupa pengadaan titik-titik umkm yang dimasukkan di dalam *Google Maps*. Kedua program tersebut bertujuan untuk memasarkan UMKM yang ada di Desa Tahunan Baru baik itu melalui peta konvensional maupun peta digital.

Pada program kerja pembuatan *ginger candy* diikuti oleh Kelompok PKK. Program tersebut bertujuan untuk memaksimalkan potensi dari adanya biofarmaka. Hal tersebut sejalan dengan kegiatan yang sudah ada di Kelompok PKK tersebut yakni pembuatan jamu instan. Maka dari itu, kelompok KKN 339 berusaha untuk mengembangkan potensi dari adanya biofarmaka tersebut.

Dengan adanya pembuatan jamu instan tersebut menjadi sebuah potensi besar yang dapat dikembangkan kedepannya, maka dari itu dari kelompok KKN 339 berusaha untuk memaksimalkan hasil penjualan, program kerja *Rebranding* dan *Labelling* merupakan salah satu solusi yang dibuat oleh tim KKN 339. Program kerja *rebranding* sendiri bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk melalui pengembangan dan penguatan merek yang diwujudkan dengan *labelling* pada produk dari UMKM masyarakat yang telah disurvei sebelumnya dan didominasi oleh UMKM makanan. Hasil yang didapatkan dari adanya program kerja ini yaitu katalog digital produk UMKM, *upgrading* label, dan papan identitas kegiatan UMKM. Dengan adanya *rebranding* tersebut selanjutnya dilaksanakan *upgrading* dari label produk jamu kemasan. Diharapkan kemasan yang terbaru dapat digunakan untuk hasil produk selanjutnya, sehingga lebih menarik konsumen dan meningkatkan hasil penjualan.

Serta program kerja utama terakhir yakni digital *marketing*. Dimana pada program kerja ini dilaksanakan berupa sosialisasi tentang digital *marketing*, strategi pemasaran *online*, cara pemasaran produk melalui sosial media *Facebook* dan *marketplace Shopee*, serta tutorial pembuatan akun dan *upload* produk. Hasil yang dicapai dari sosialisasi digital *marketing* ini yaitu adalah para pelaku UMKM dan lembaga desa lebih memahami digitalisasi *marketing*.

#### 5. TERIMA KASIH

Terima kasih kepada seluruh pihak yang membantu dalam proses kegiatan dan penulisan artikel. Pihak UPT KKN UNS, Dosen Pembimbing Lapangan, Kepala Desa beserta seluruh perangkat desa Tahunan Baru, Ketua TP PKK, kelompok jamu ibu-ibu Dusun Pinggir, Karang Taruna “Kharisma Remaja”, tim KKN Kelompok 339 UNS serta semua pihak yang terkait sehingga kegiatan berjalan dengan baik dan penulisan artikel ini dapat diselesaikan. Semoga dapat berkontribusi dalam menyebarkan wawasan dan pengetahuan untuk pembaca.

#### 6. DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A.A.G., Hendriyanto, R., Hidayat, A.M., Aulia,P., Aziz, F., Trenggana, A.F.M., Moeliono, N.N.K., Wijayangka, C., dan Widodo, A. 2022. Gerakan Rebranding Digital dan Pembangunan Aplikasi Kelola Redesain Kemasan UMKM. Jurnal Pengabdian Masyarakat Charity. 5(2). 72-79.
- Astuti, R. P., Kartono, dan Rahmadi. 2020. Pengembangan UMKM melalui Digitalisasi Teknologi dan Integrasi Akses Permodalan. Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat. 8(2): 248-256.



- Fortunisa, A. 2019. Program Pengembangan Merk Baru Produk Lokal Unggulan yang Berorientasi Ekspor di Indonesia Sebagai Upaya Strategi Marketing pada Pasar Global. *Indonesian Journal of Social Responsibility*. 1(1):41-59
- Malia, R., dan Rahayu, L.S. 2014. Pengaruh Penyuluhan Melalui Metode Ceramah dan Diskusi Terhadap Tingkat Pengetahuan Teknologi Sistem Tanam Legowo di Kelompok Tani Karya Mukti III Desa Sukakarya Kecamatan Sukanagara Kabupaten Cianjur. *Jurnal Agriscience*. 7(1): 51-60.
- Putra, I. M. O. M., Piarsa, I. N., dan Mandenni, N. M. I. M. 2015. Sistem Informasi Geografis Pemetaan Wilayah Berdasarkan Kualitas Pendidikan di Provinsi Bali. *Jurnal Merpati*. 30(3):108-119.
- Rohmah, N. N. 2019. Efektifitas Digitalisasi Marketing Para Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Lombok (Analisis Media Equation Theory). *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. 3(1):1-14.
- Sarno. 2019. Pemanfaatan Tanaman Obat (Biofarmaka) sebagai Produk Unggulan Masyarakat Desa Depok Banjarnegara. *Abdimas Unwahas*. 4(2): 73-78.
- Urva, G., Pratiwi, M., dan Syarif, A.O., 2022. Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2(1):56-61.