

Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Masyarakat Berbasis Potensi Desa melalui Pembuatan Produk Olahan dan Digital Marketing di Desa Mekarjaya, Bogor

**Nida Handayani*, Jamiati KN, Siti Hafnidar Harun,
Divania Yovina Putri, dan Vinca Melati**

Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta, Indonesia

*nida.handayani@umj.ac.id

Abstrak: Desa Mekarjaya, Bogor memiliki potensi pertanian yang cukup beragam seperti tanaman buah mede, empon-empon yang terdiri dari, jahe, kunyit, sereh, dan lain-lain, serta kebun legkuas yang cukup luas. Sebagian besar masyarakat Desa Mekarjaya adalah petani. Selama ini hasil pertanian masyarakat langsung dijual ke pasar, belum ada pemanfaatan lain terhadap hasil pertanian masyarakat seperti produk olahan dengan bahan hasil pertanian masyarakat. Selain itu model pemasaran masyarakat masih tergolong konvensional melalui pasar tradisional, belum menjamah pasar digital sebagai perluasan pasar. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat untuk membantu masyarakat Desa Mekarjaya mengembangkan ekonomi kreatif berbasis potensi Desa. Adapun metode yang dilakukan antara lain, sosialisasi pemanfaatan hasil pertanian, pelatihan pembuatan produk olahan, pelatihan branding dan pengemasan produk, serta pelatihan *digital marketing*. Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada bulan Oktober dan Nopember tahun 2022. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat, bahwa masyarakat Desa Mekarjaya memperoleh edukasi memanfaatkan hasil pertaniannya untuk dijadikan produk olahan lainnya agar memiliki nilai pengembalian yang lebih tinggi. Pelatihan pembuatan produk olahan juga menghasilkan beberapa produk yang bersumber dari bahan baku hasil tanam masyarakat, seperti kremesan lengkuas, abon lengkuas, lulur kunyit, dan permen jahe. Masyarakat juga memahami packaging dan promosi yang menarik dari produk yang dimiliki akan menambah nilai jual terhadap produk. masyarakat bisa menggunakan platform yang paling sederhana seperti Instagram dan whatsapp untuk proses marketing.

Kata Kunci: Desa; Ekonomi; Marketing; Potensi; Produk

Abstract: Mekarjaya Village, Bogor, has quite a variety of agricultural potentials, such as cashews, empon-empon consisting of ginger, turmeric, lemongrass, and others, as well as a fairly extensive legkuas garden. Most of the people of Mekarjaya Village are farmers. So far, community agricultural products are sold directly to the market; there has been no other use of community agricultural products, such as processed products with community agricultural products. In addition, the community marketing model is still relatively conventional through traditional markets, not yet touching the digital market as a market expansion. The purpose of activities is to help the people of Mekarjaya Village develop a creative economy based on village potential. The methods carried out include socialization of the utilization of agricultural products, training on the manufacture of processed products, training on product branding and packaging, as well as digital marketing training. Community service activities will be held in October and November 2022. The results of the community service activities that the people of Mekarjaya Village received education on utilizing their agricultural products to be made into other processed products that have a higher selling value. Processed product manufacturing training also resulted in a number of products sourced from community-grown raw materials, such as cremesan galangal, shredded galangal, turmeric scrub, and ginger candy. The community also understands that attractive packaging and promotion of the products they own will add to the selling value of the product. The public can use the simplest platforms, such as Instagram and WhatsApp, for marketing.

Keywords: *Village; Economy; Marketing; Potential; Product*

© 2023 Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Received: 14 Desember 2022 **Accepted:** 12 Februari 2023 **Published:** 28 Februari 2023
DOI : <https://doi.org/10.20527/btjpm.v5i1.7326>

How to cite: Handayani, N., N., K. J., Harun, S. H., Putri, D. Y., & Melati, V. (2023). Pemberdayaan ekonomi kreatif masyarakat berbasis potensi desa melalui pembuatan produk olahan dan digital marketing di desa mekarjaya, bogor. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 180-188.

PENDAHULUAN

Suatu wilayah memiliki potensinya masing-masing yang dapat digali untuk menjadikannya berdaya guna, khususnya dalam sektor ekonomi untuk peningkatan kehidupan dan pendapatan masyarakatnya. Cabang ekonomi yang penting dapat dilihat dalam pembangunan desa. Jika pembangunan tidak menjadikan kehidupan komersial sebagai salah satu pertimbangan penting, maka pembangunan daerah tidak akan berjalan dengan baik dan akan terhenti. (Kementerian Desa PDTT, 2022) Pada beberapa wilayah seperti desa atau kelurahan yang memiliki potensi khusus, namun belum bisa memanfaatkan potensi tersebut dengan baik atau belum bisa menemukan pola pemanfaatan sumber-sumber ekonomi yang ada di wilayahnya tersebut.

Mengembangkan potensi yang ada di desa memang tidak mudah, yang penting diutamakan adalah perencanaan yang matang, dan sesuai dengan kebutuhan. Tentu tidak terlepas dari besarnya pentingnya peran masyarakat dan pemerintah bersama-sama demi potensi desa yang berkembang. Pengembangan potensi desa ini bertujuan untuk mendorong masyarakat desa yang mandiri dengan memperkuat sense of community, misalnya dengan menyelenggarakan pelatihan, berinovasi alat baru serta berinteraksi dengan pemrosesan produk. Tentu saja untuk kepentingan masyarakat di desa tersebut.

Desa Mekarjaya merupakan desa di, Kabupaten Bogor Jawa Barat. Jika dilihat

dari kondisi geografis, luas Desa Mekarjaya 728,00 hektar yang terdiri dari 172,00 hektar sawah. Selain itu, masih terdapat lahan kering dengan luas 55,50 hektar atau ruang hidup 50,00 hektar dan sekitar 5,50 hektar. Mekarjaya terdiri dari 4 desa dengan 9 RW dan 34 Rukun Tetangga., Desa Mekarjaya merupakan kawasan dengan potensi mata air sedang. Sumber air bersih di Desa Mekarjaya berasal dari sumur gali sebanyak 950 unit sumur, yang dapat dimanfaatkan oleh 1.650 jiwa, sebanyak 7.065 jiwa, sebanyak 1.650 Kepala Keluarga dan kepadatan penduduk 970,47/km². (Kementerian Desa PDTT, 2022)''.

Sebagian besar penduduk Desa Mekarjaya dengan mata pencaharian di sektor pertanian. Masyarakat desa Mekarjaya yang tinggal di desa tersebut hanya berprofesi sebagai petani atau ibu rumah tangga (untuk wanita) dan biasanya hanya berpendidikan sekolah menengah pertama (SMP). Sedangkan masyarakat yang bekerja di luar desa beragam di sektor informal, seperti pedagang, satpam, buruh bangunan dan lain-lain. Dillihat dari pemekaran yang sudah terjadi, maka Desa Mekarjaya harus berupaya dan juga berinovasi untuk meningkatkan dan juga memanfaatkan potensi sumber daya alam dan manusianya untuk menjadikan desa yang mandiri dan juga berkembang.

Pertanian Desa Mekarjaya menjadi salah satu sumber pendapatan yang banyak dilakukan, dengan adanya pertanian-pertanian penduduk yang sangat luas dan juga dikelola sendiri oleh

penduduk setempat, jenis pertanian yang ada di Desa Mekarjaya ini seperti lengkuas dan jambu mete serta berbagai macam bumbu-bumbu dapur lainnya seperti jahe, kunyit dan lain-lain. Hasil wawancara pendahuluan dengan masyarakat setempat pada bulan April 2022, bahwa Sebagian besar penduduk Desa Mekarjaya berprofesi sebagai petani pertanian, maka setiap hasil dari sumber daya alam tersebut dijual di pasar terdekat seperti pasar Ciampen, Gobang dan Leuwiliang. Adapun potensi pertanian masyarakat dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Pertanian Lengkuas dan Masyarakat Desa Mekarjaya

Hasil pertanian masyarakat seperti diperlihatkan pada gambar diatas contohnya adalah tanaman lengkuas dan sereh, namun hasil pertanian tersebut masih dijual dengan konsep bahan mentah, yaitu bahan yang belum diolah menjadi produk kreatif yang lebih bernilai dari bahan mentahnya. Hasil pertanian tersebut dapat dimanfaatkan oleh penduduk lokal sebagai sebuah usaha yang menjanjikan bagi Desa Mekarjaya dan dapat memberikan ciri khas kepada Desa Mekarjaya jika potensi alam tersebut digunakan dengan sebaik mungkin.

Hasil observasi yang dilakukan pada April 2022, bahwa masyarakat Desa Mekarjaya belum memanfaatkan tanaman empon-empon tersebut menjadi sebuah produk olahan. Menurut Aminda (2020) bahwa Desa Mekarjaya memiliki beberapa permasalahan dalam pengembangan potensi Desanya, salah satunya adalah kurangnya usaha untuk

berinovasi terhadap produk usaha yang ada.

Berdasarkan potret permasalahan yang dihadapi Desa Mekarjaya dalam mengelola potensi pertanian empon-empon yang dimiliki, maka akan dibuat sebuah kegiatan untuk menjadikan masyarakat Desa Mekarjaya menghasilkan produk-produk yang berasal dari hasil tanam masyarakat. Dilaksanakan kegiatan pelatihan-pelatihan bagi masyarakat dalam membuat sebuah produk, seperti minuman herbal dengan berbahan baku empon-empon hasil pertanian masyarakat, serta produk lainnya seperti sabun lengkuas. Seperti diketahui bahwa lengkuas memiliki manfaat untuk memperbaharui kulit mati. Selain itu lengkuas merupakan obat alami untuk jerawat, kandungannya mengurangi pembentukan jerawat dengan cara membersihkan bakteri dari kulit (Laily, 2021).

Masyarakat bisa memanfaatkan hasil pertanian tidak hanya dijual dengan konsep bahan mentah, melainkan bahan olahan yang memiliki nilai yang jauh lebih tinggi. Selain itu diajarkan juga konsep pemasaran bagi masyarakat dengan memperkenalkan pemasaran digital atau biasa disebut digital marketing, sehingga perluasan pasar terhadap produk usaha masyarakat bisa lebih besar. Memperkenalkan masyarakat dengan konsep-konsep promosi dengan memanfaatkan media social, serta market place dan bermitra dengan konsep go shop seperti Go-jek atau Grab.

Tim pengabdian masyarakat memberikan pelatihan-pelatihan selama kegiatan yang berkaitan dengan produksi serta pemasaran digital. Masyarakat dapat menduplikasi produk hasil pelatihan sebagai produk yang akan menjadi kegiatan usaha selanjutnya, sehingga memiliki produk yang menjadi ciri khas masyarakat Desa Mekarjaya. Kegiatan ini sebagai Langkah awal

perintisan produk olahan dari hasil pertanian masyarakat, tentu saja ke depan dapat dilaksanakan pengembangan terhadap produk usaha yang sudah berjalan nantinya.

Luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah terciptanya produk usaha masyarakat berbasis potensi pada sector pertanian atau pertanian masyarakat. Dalam karya ilmiah akan dihasilkan artikel yang akan diterbitkan dalam jurnal pengabdian masyarakat, serta modul pembelajaran sebagai hasil kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dapat diinternalisasikan ke dalam perkuliahan.

METODE

Pengabdian masyarakat dilaksanakan dengan beberapa tahapan atau alur kegiatan, adapun tahapan pelaksanaan dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Alur Pelaksanaan Kegiatan

Pelatihan dilakukan secara luring di Desa Mekarjaya dengan peserta dari kelompok tani dan PKK yang berjumlah 30 orang. Materi yang disampaikan selama kegiatan pelatihan, antara lain : 1) manfaat-manfaat hasil pertanian masyarakat yang bisa dijadikan bahan olahan, 2) membuat beberapa produk olahan dengan bahan baku hasil panen masyarakat, 3) membuat logo sebagai branding dan packaging yang menarik,

dan 4) teknik foto produk dan mengimplementasikan market digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Mekarjaya sebagai upaya pengembangan potensi pertanian masyarakat, untuk menghasilkan produk olahan yang memiliki nilai lebih tinggi daripada produk pertanian yang dijual secara langsung, dalam arti belum dilakukannya pemberdayaan bidang ekonomi kreatif. Menurut Ratnawati (2018) dalam penelitian terdahulu menjelaskan bahwa ekonomi kreatif adalah suatu konsep era ekonomi baru yang mengedepankan pengetahuan dan kreativitas yang bertumpu pada ide dan pengetahuan yang bersumber dari sumber daya manusia sebagai faktor utama produksi. Ekonomi kreatif merupakan jantung perekonomian yang erat kaitannya dengan bidang budaya wirausaha yang diharapkan menjadi tren ekonomi global, termasuk Indonesia yang aktif berpartisipasi dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). (Santoso, 2017)

Berdasarkan hasil pemetaan masyarakat Desa Mekarjaya yang dihasilkan melalui kegiatan pengabdian masyarakat sebelumnya dikutip dari laporan akhir Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) (Serikandi *et al.*, 2022) bahwa tingkat Pendidikan masyarakat Desa Mekarjaya relatif rendah, dan sebagian besar mata pencaharian penduduknya adalah petani. Oleh karena itu, dilakukan berbagai upaya untuk mendorong masyarakat agar memiliki produk olahan yang dihasilkan dari pertanian masyarakat untuk menunjang terciptanya ekonomi kreatif dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan untuk memberikan pengetahuan dan pendampingan kepada masyarakat agar berdaya dalam menghasilkan produk olahan masyarakat

Mekarjaya berbasis potensi pertanian Desa.

Potensi pertanian masyarakat dapat diarahkan pada produk olahan berbasis kuliner, namun kompetisi dalam bidang kuliner perlu menemukan kekhasan atau ciri khas yang sifatnya kreatif sehingga menjadi produk local masyarakat. Perlunya strategi dalam memaksimalkan sumbangan terhadap ekonomi kreatif bidang kuliner dalam perekonomian nasional secara umum, dan perekonomian daerah khususnya (Septiyana *et al.*, 2020).

Untuk mengukur hasil pengabdian masyarakat, dilakukan *pre-test* dan *post-test* terhadap peserta kegiatan. Hasilnya disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Hasil Pengukuran *Pre-test* dan *Post-test*

No	Indikator	<i>Pre - test</i> (%)	<i>Post-test</i> (%)
1	Mengetahui cara mengolah hasil pertanian untuk usaha	35	96
2	Mengerti cara membuat branding	20	82
3	Mampu membuat kemasan menarik	30	94
4	Mampu membuat foto produk untuk promosi	43	85
5	Mengetahui cara pemasaran digital	25	73

Berdasarkan Tabel 1 diperoleh bahwa melalui kegiatan PkM, terjadi peningkatan kemampuan dan pemahaman masyarakat dalam melakukan kegiatan usaha berbasis hasil pertanian masyarakat. Namun masih adanya kelemahan pada indicator pemasaran digital, hal tersebut dikarenakan kemampuan penggunaan teknologi digital, serta perangkat yang memadai untuk mendukung digital marketing belum terpenuhi.

Adapun beberapa kegiatan yang telah dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat seperti pada

hasil *pre-test* dan *post-test* di atas melalui kegiatan PkM sebagai berikut.

Sosialisasi dan Pemetaan Potensi Desa

Pemetaan potensi suatu wilayah, membantu masyarakat local memahami kelebihan yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pendapatan daerahnya. Optimalisasi kegiatan ekonomi pada sektor yang potensial mampu menjadi basis ekonomi daerah dan dapat meningkatkan pendapatan daerah atau desa (Widyaningrum & Cahyono, 2020).

Masyarakat Desa Mekarjaya memiliki potensi lahan pertanian dengan berbagai hasil panen antara lain pisang, singkong, lengkuas, kunyit, temulawak, jahe, dan lainnya. Sejauh ini hasil pertanian selain digunakan oleh masyarakat untuk kebutuhan masak sehari-hari, Sebagian besar akan langsung dijual ke pasar. Belum ada produk olahan yang dihasilkan masyarakat dari hasil pertanian yang dikomersilkan. Berdasarkan hasil pemetaan potensi desa terhadap tingkat Pendidikan masyarakat, bahwa sebagian besar tingkat Pendidikan masyarakat hanya sampai tingkat sekolah menengah pertama (SMP), sehingga pengetahuan dan keterampilan untuk meningkatkan ekonomi kreatif masyarakat terhambat pengetahuan dan informasi yang diperoleh masyarakat.

Kelebihan masyarakat Desa Mekarjaya adalah budaya guyub yang bisa dimanfaatkan untuk memotivasi menjadi masyarakat yang kreatif. adanya kelompok tani, PKK, kelompok pengajian masyarakat, dan lain-lain, bisa dijadikan awalan masyarakat menciptakan kreativitas dalam rangka menghasilkan produk olahan berbasis potensi desa.

Pelatihan Pembuatan Produk Olahan Berbasis Potensi Pertanian Masyarakat

Tujuan utama pengolahan makanan adalah untuk mengawetkan produk yang mudah rusak agar dapat disimpan dan

dipasarkan di dalam dan luar negeri sepanjang tahun, namun pengolahan makanan juga dapat mengubah bahan makanan menjadi produk baru sedemikian rupa sehingga meningkatkan daya guna produk (Wulandari *et al.*, 2017).

Pelatihan dilakukan dengan sasaran program adalah masyarakat Desa Mekarjaya, yang diantaranya adalah anggota Pemberdayaan kesejahteraan Keluarga (PKK), serta ditambah anggota kelompok tani untuk memberikan perspektif hasil pertanian yang bisa diolah dan menghasilkan jenis produk lain dan memiliki nilai lebih tinggi. Kegiatan pelatihan memberikan edukasi kepada masyarakat tentang kegiatan produksi yang dihasilkan dari bahan baku hasil pertanian yang banyak dihasilkan oleh masyarakat Desa Mekarjaya. Dalam arti lain masyarakat di edukasi untuk menghasilkan produk olahan berbasis potensi Desa hasil pertanian masyarakat.

Produk olahan yang dimaksud adalah hasil pertanian masyarakat dapat diolah, kemudian menghasilkan produk atau hasil lain dengan bahan baku olahan merupakan hasil pertanian masyarakat. Beberapa contoh apa saja yang bisa dibuat dari hasil pertanian masyarakat seperti lengkuas, jahe, kunyit, dan temulawak. Serta dilakukan praktik membuat permen jahe secara langsung yang dilihat dan diuji coba oleh masyarakat peserta pelatihan yang dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Kegiatan Pelatihan

Beberapa contoh produk dengan bahan baku utama lengkuas antara lain abon lengkuas dan kremesan lengkuas.

Produk dengan bahan baku jahe adalah permen jahe, serta produk dengan bahan baku kunyit dan temu lawak adalah scrub/lulur kunyit, dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4 Produk Olahan Hasil Pelatihan

Edukasi Branding dan Packaging

Salah satu peran merek adalah menciptakan citra positif di benak konsumen, sehingga harus dipahami di kalangan pelaku usaha, karena merek produk merupakan salah satu hal yang sangat penting agar produk selalu bertahan di pasar atau ingatan konsumen untuk waktu yang lama (Oktaviani *et al.*, 2018).

Secara sederhana, pengemasan (*packaging*) juga dapat diartikan sebagai cara penyampaian barang kepada konsumen dalam kondisi terbaik dan menguntungkan. Desain sebuah kemasan mempengaruhi isi, bentuk, warna, dan bahan, sehingga mempengaruhi penilaian konsumen (Widiati, 2020).

Sebuah produk akan memiliki nilai lebih tinggi setelah dilakukan proses branding serta memberikan packaging yang baik untuk nilai jual serta promosi produk. Branding adalah nama dari suatu usaha yang dijalankan, dalam hal ini masyarakat di edukasi bahwa yang menjadi bagian penting dalam sebuah kegiatan usaha tidak hanya aktivitas produksinya, namun branding juga menjadi salah satu aktivitas yang harus ada. Produk yang dihasilkan oleh masyarakat melalui produk olahan hasil pertanian *dibranding* dengan nama “MJ Products”. Maksud dari nama *branding* tersebut adalah Produksi Mekar Jaya atau produk-produk yang dihasilkan dari

produk olahan berbahan baku hasil pertanian masyarakat.

Nama MJ product sebagai *branding* produk-produk milik masyarakat Desa Mekarjaya ditujukan agar melekat dengan nama Desa sebagai penghasil produk olahan dengan bahan baku yang dihasilkan juga oleh masyarakat Desa tersebut. *Branding* akan ditempatkan pada setiap label atau stiker produk yang telah *dipackaging*, baik dengan posisi di tengah, pojok kiri ataupun pojok kanan atas. Tujuan ke depan bahwa produk-produk yang dihasilkan menjadi produk ciri khas masyarakat Desa Mekarjaya. Adapun branding produk dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5 *Branding* Produk

Edukasi Promosi dan Marketing

Lupiyoadi (2006) dalam (Maulidasari & Damrus, 2021) mengemukakan bahwa promosi penjualan adalah salah satu variabel terpenting yang digunakan perusahaan saat memasarkan produk atau jasa. Sedangkan menurut Augusti dan Antje (2021) Pemasaran merupakan bentuk kegiatan utama pengusaha untuk mengembangkan usahanya agar berkelanjutan dan menguntungkan.

Aktivitas edukasi promosi dan marketing bertujuan memberikan pengetahuan kepada masyarakat cara untuk melakukan kegiatan promosi dan penjualan dengan berbagai platform baik digital maupun promosi dan penjualan secara langsung kepada konsumen. Agar produk dapat dipromosikan, maka langkah pertama yang perlu dilakukan adalah masyarakat harus memiliki gambar atau foto produk yang representative agar menarik dan mudah memasarkan pada berbagai platform.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini juga mengajarkan masyarakat untuk mengambil gambar atau foto yang baik untuk dapat dijadikan foto promosi produk agar menarik dan mudah dicari oleh konsumen. Masyarakat diajarkan dengan menggunakan alat-alat sederhana yang dimiliki, seperti *handphone*, lampu/senter, kain putih, hitam atau hijau polos, serta kardus bekas. Masyarakat juga dilatih untuk pengambilan gambar dari berbagai sisi, untuk menghasilkan foto yang pas, dan memiliki titik fokus yang jelas produk usaha masyarakat.

Masyarakat juga diedukasi berbagai media penjualan yang bisa digunakan jika menggunakan digital. Sesuai dengan lingkungan masyarakat di Desa Mekarjaya, *platform* digital yang dapat digunakan masyarakat adalah Instagram dan WhatsApp, karena media tersebut yang mudah dan cukup familiar digunakan oleh masyarakat di Desa Mekarjaya. Dokumentasi kegiatan setelah pelatihan pada Gambar 6.



Gambar 6 Kegiatan PkM di Desa Mekarjaya

SIMPULAN

Kegiatan PkM ini telah memberikan pengetahuan dan adanya peningkatan kemampuan masyarakat Desa Mekarjaya, baik cara membuat produk olahan dengan bahan baku hasil pertanian, mampu membuat branding dengan inisial nama Desa, mengetahui cara membuat kemasan produk yang menarik, mampu membuat foto produk untuk promosi yang bagus, serta mampu menggunakan teknologi untuk pemasaran produk. Namun masih belum optimal dalam penggunaan digital

marketing karena belum terbiasanya masyarakat terkait teknologi, serta keterbatasan perangkat yang memadai. Perlu dukungan semua pihak untuk terus mengembangkan ekonomi masyarakat berbasis potensi Desa, terutama pemerintah setempat agar dapat memberikan sarana prasarana untuk mendukung keberlangsungan usaha masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminda, R. S. (2020). Pemberdayaan masyarakat desa melalui pengembangan potensi daerah desa mekarjaya kecamatan cigudeg. *Abdi Dosen : Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(2), 198.
- Arief, I. S., Hermansyah, M., & Emi, W. (2017). Iptek bagi masyarakat (ibm) pengolahan limbah kain perca di kelurahan tipe kecamatan serengan kota solo. *Proceeding Seminar Nasional 6 Th UNS SME's SUMMIT & AWARDS 2017*. Surakarta, 13 Juli 2017, 169-177
- Augusti, G. T., & Antje, T. (2021). Strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan pendapatan pada diva karaoke rumah bernyanyi di kota timika. *Jurnal kritis*. 5(2), 21-40
- Desa Mekarjaya. (2022). *Detail Desa Mekarjaya*. Retrieved from: <https://kecamatan cigudeg.bogorkab.go.id/desa/323>. Diakses 22 Juni 2022
- Kementerian Desa PDTT. "2022. *Identifikasi Potensi dan Masalah yang ada di Desa*. Reterived from: <https://www.masterplandes.com/penataan-desa/memulai-identifikasi-potensi-dan-masalah-yang-ada-di-desa/>"
- Kementerian Desa PDTT. (2022). *Mengembangkan Potensi Desa Melalui Pemberdayaan Masyarakat di Desa Mekarjaya Kabupaten Bogor*. Reterived from: <https://www.masterplandes.com/penataan-desa/memulai-identifikasi-potensi-dan-masalah-yang-ada-di-desa/>
- desa/
- Laily, I. N. (2021). *6 Manfaat Lengkuas untuk Kesehatan dan Kulit serta Cara Mengonsumsinya - Lifestyle Katadata.co.id*. Reterived from: <https://katadata.co.id/iftitah/berita/6180ffbc9b43d/6-manfaat-lengkuas-untuk-kesehatan-dan-kulit-serta-cara-mengonsumsinya>
- Maulidasari, C. D., & Damrus, D. D. (2021). Dampak promosi produk pada pemasaran online. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1), 137–142.
- Nida, H. (2017). The role of administration-information and technology based in entrepreneurial management. *The 1st International Conference on Social Sciences University of Muhammadiyah Jakarta, Indonesia, 1–2 November 2017*, 649-659
- Oktaviani, F., Sariwaty, Y., Rahmawati, D., Gusfiani, A., & Ramdani, D. (2018). Penguatan produk umkm "calief" melalui strategi branding komunikasi. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 348–354.
- Ratnawati, S. (2018). Ekonomi kreatif dan kaizen 2015 "pertumbuhan produk domestik bruto pertumbuhan ekonomi global yang diperkirakan hanya mencapai". *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2).
- Septiyana, L., Nizaruddin, N., Rahmawati, N. I., Atma, S. R., Putri, A. S., & Astuti, N. (2020). Pemberdayaan ekonomi kreatif masyarakat melalui pengolahan makanan tradisional kerupuk dapros di desa gunung rejo. *DEDIKASI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 105.
- Serikandi, N., Handayani, N., & Nurjanah, S. B. (2022). Kelurahan sudajaya hilir melalui program wadah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(1), 56–62.
- Widiati, A. (2020). Peranan kemasan

- (*packaging*) dalam meningkatkan pemasaran produk usaha mikro kecil menengah (umkm) di “mas pack” terminal kemasan pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2), 67–76.
- Widyaningrum, E. D. A., & Cahyono, H. (2020). Pemetaan potensi wilayah guna mendorong pembangunan ekonomi kabupaten ngawi. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 117–139.
- Wulandari, E., Deliana, Y., & Fatimah, S. (2017). Kerupuk kulit mangga sebagai upaya diversifikasi produk pangan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 10–13.