

Melestarikan Kuliner Kue Tradisional Khas Jambi Kota Seberang

Preserving Typical Traditional Culinary of Jambi Kota Seberang

Shofia Amin^{1*}, Teja Kaswari², Fitri Widiastuti³,
Rike Setiawati⁴, Husni Hasbullah⁵, Zainul Bahri⁶

Universitas Jambi, Jambi, Indonesia

*Penulis Korespondensi

¹shofiaamin@unja.ac.id

Riwayat Artikel: Dikirim 28 Desember 2022; Diterima 24 Mei 2023; Diterbitkan 31 Mei 2023

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra pengabdian yaitu ibu-ibu pembuat kue tradisional khas Jambi Kota Seberang di Kecamatan Pelayangan. Aktivitas mereka sehari-hari adalah membuat kue tradisional dengan sistem titip di lapak depan Gentala Arasy (monumen ikon kota Jambi). Omzet mereka cukup menjanjikan terutama pada hari Sabtu dan Minggu. Sayangnya karena hanya bermodalkan keterampilan yang bersifat turun temurun, mereka kurang memperhatikan pengembangan usaha, tampilan seadanya, sistem pemasaran yang hanya menunggu pembeli datang dan aspek *hygienity* yang belum terlihat. Target capaian dari kegiatan ini adalah memotivasi mereka untuk tetap melestarikan kue tradisional dan mengajak mereka melakukan perubahan *mindset* bahwa berjualan kue tradisional tidak harus dilakukan dengan cara tradisional juga, akan tetapi dapat dilakukan dengan bantuan teknologi untuk mengembangkan usaha dan membuka akses penjualan berbasis *online*.

Kata kunci: Kue Tradisional, Jambi Kota Seberang, kuliner khas, penjualan online

Abstract

This community service activity aims to solve problems of local service partners who made Jambi traditional snacks. The service partners are housewives who live in Jambi Kota Seberang, Pelayangan District. They make traditional snacks every day and sell the snack by a drop-in system at the front stall of Gentala Arasy (a monument as Icon of Jambi City). Their sales are quite promising, especially on Saturdays and Sundays. Unfortunately, they only rely on their hereditary cooking skills and pay less attention on business development, packaging, hygienity and marketing system that is only waiting for customers to come. The main goals of doing the community service activity are motivating them to keep preserving traditional cakes and persuade them to change their mindset that selling traditional cakes does not have to be done in the traditional way either. It can be done by using technology to develop their businesses and open access to online-based sales.

Keywords: *Traditional Snacks, Jambi Kota Seberang, Special culinary, online based sales*

PENDAHULUAN

Jambi Kota Seberang atau sering disebut dengan “Seberang” saja merupakan wilayah bagian utara Kota Jambi yang dipisahkan oleh sungai Batanghari. Sejarah mencatat bahwa Seberang merupakan tempat bermukim warga asli Melayu Jambi dengan adat istiadatnya yang bernuansa Islami. Karena keunikannya tersebut, Pemerintah Kota Jambi akan menjadikan

wilayah Seberang sebagai daerah pariwisata budaya dan religi (*Sekoja Disiapkan Jadi Destinasi Wisata Religi Dan Budaya*, Media Indonesia, 2016).

Terdapat dua Kecamatan di Jambi Kota Seberang, yaitu Danau Teluk dan Pelayangan. Kecamatan Pelayangan merupakan Kecamatan yang terluas dengan luas wilayah 15,29 km dan memiliki enam Kelurahan, yaitu Kelurahan Tengah, Jelmu,

Mudung Laut, Arab Melayu, Tahtul Yaman, dan Tanjung Johor. Kecamatan Pelayangan terkenal sebagai sentra produk makanan tradisional khas Jambi Kota Seberang. Melalui makanan tradisional inilah suatu daerah akan dikenang dengan ciri khasnya dan menjadi daya tarik wisata kuliner.

Ada banyak makanan tradisional khas Jambi Kota Seberang. Diantaranya yang terkenal adalah Ikan Tepek, Cerulu, Gangan Palapa, Tempoyak, Malbi dan lainnya. Makanan tersebut biasanya tampil pada saat kenduri ataupun pesta pernikahan. Sementara untuk kue yang menjadi jajanan pasar sehari-hari juga tidak kalah banyaknya. Diantaranya adalah kue Putu, Gandus, Lumpang, Padamaran, Ketan Punar, Jando Beraes, Gomak, dan lainnya. Kue-kue tersebut dibuat secara tradisional berdasarkan resep turun temurun dengan memanfaatkan bahan baku lokal yang tersedia.

Usaha pembuatan kue tradisional khas Jambi Kota Seberang sudah lama di tekuni oleh kaum perempuan selama puluhan tahun. Pembuat kue tradisional hampir tersebar di semua Kelurahan yang ada di Jambi Kota Seberang. Menurut data Kecamatan Pelayangan Dalam Angka (2021), Kecamatan Pelayangan memiliki industri rumah tangga berjumlah 211 dengan dominasi usaha industri rumah tangga berskala kecil.

Survey awal di Kelurahan Arab Melayu Kecamatan Pelayangan, terdapat lebih kurang 100 orang kaum perempuan yang masih menjalankan aktivitas pembuatan kue tradisional khas Jambi Kota Seberang. Mereka masih bertahan karena usaha dilakukan sesuai hobi dan resep turun temurun. Namun, keberadaan mereka belum banyak dikenal luas. Hal ini dikarenakan mereka hanya menunggu pembeli yang datang. Sementara waktu terus berputar dan zaman terus berganti, selera konsumen banyak beralih ke kue modern seperti donat, roti dan berbagai jenis bolu. Apalagi generasi muda, lebih tertarik melirik

westernisasi. Akibatnya, jika tidak dilestarikan, lambat laun akan tergeser oleh kue-kue modern.

Gambar 1.

Kue Putu Khas Jambi Kota Seberang



Sumber: Dokumentasi

Gambar 2.

Kue Gandus Khas Jambi Kota Seberang



Sumber: Dokumentasi

Berdasarkan penelusuran dari penelitian-penelitian terdahulu tercatat bahwa penggerak dan pelaku sektor Usaha Kecil dan Menengah didominasi oleh para perempuan. Penelitian-penelitian terdahulu juga telah membuktikan keunggulan dan kelemahan perempuan sebagai pelaku sektor Usaha Kecil dan Menengah. Mereka unggul karena memiliki sikap ulet dalam berusaha dan dapat berusaha tanpa harus meninggalkan rumah dan keluarga. Sayangnya mereka kurang memiliki keberanian untuk melakukan terobosan baru dan menganggap usaha yang dilakukan hanya sebagai usaha sampingan pengisi waktu (Hamdi & Yadewani, 2019). Keraguan untuk mencoba yang baru menjadikan mereka masih mempertahankan penjualan secara tradisional (Amin *et al.*, 2021), padahal mereka memiliki potensi yang dapat dikembangkan.

Mitra dalam kegiatan ini adalah pembuat kue tradisional khas Jambi Kota Seberang bernama Ibu Rosdiana dan Ibu Heni. Latar belakang pendidikan mitra

adalah tamatan Sekolah Menengah Atas. Mitra telah menjalankan usaha sejak tahun 1990 an. Kue Putu, Gandus dan Gomak merupakan salah satu makanan tradisional khas Jambi Kota Seberang yang menjadi produk andalannya.

Gambar 3.
Potret Mitra dan Kue Tradisionalnya



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 4.
Tampilan kue Gandus, Lumpang dan Gomak



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Potensi kue tradisional sebagai produk unggulan kuliner khas lokal daerah Jambi sangat besar. Bentuk kue unik dan menarik, bahan baku juga sangat mudah didapatkan dan rasapun tidak kalah lezatnya. Sebagai contoh, kue Putu khas Jambi Kota Seberang berbeda dibandingkan dengan kue Putu dari daerah lainnya. Kue Putu khas Jambi Kota Seberang meski berbahan baku hanya dari tepung beras yang ditaburi serutan kelapa, namun memiliki aroma dan rasa yang khas dengan bungkus daun pisang dan disantap ketika masih hangat.

Sayangnya, kue khas Seberang ini hanya dikenal oleh masyarakat asli daerah

Jambi, khususnya masyarakat daerah Seberang. Kue tersebut juga dijual pada tempat-tempat tertentu dan hanya pada pagi hari saja. Fakta ini mengindikasikan bahwa kue tersebut sudah mengalami kelangkaan karena keterampilan membuat kue tersebut juga semakin langka dimiliki masyarakat setempat. Selain itu, fakta ini juga mengindikasikan bahwa promosi penjualan masih belum optimal. Sarana untuk melakukan promosi, tampilan, wadah atau kemasan produk yang unik dan higienis perlu ditingkatkan untuk menarik minat beli konsumen.

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat membantu melestarikan kuliner kue tradisional khas Jambi Kota Seberang. Kegiatan ini merupakan bagian dalam pencapaian misi Universitas Jambi dalam mengembangkan dan menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni melalui pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, ditemui beberapa permasalahan yang dihadapi mitra yaitu tingkat kefahaman mitra mengenai media promosi, tampilan fisik dan unsur higienitas kue belum ditonjolkan. Padahal kue yang dibuat nyaris tanpa bahan pengawet tersebut memiliki nilai jual tersendiri di saat orang mulai menyadari bahwa makan untuk sehat, bukan sekedar kenyang. Sayangnya keunggulan tersebut tidak dibunyikan dalam kemasan kue yang dijual.

METODE

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan melalui tiga tahap. Tahap pertama adalah tahap persiapan. Tahap ini diawali dengan melakukan survey awal di sepanjang jalan depan Gentala Arasy Jambi Kota Seberang. Di sana terlihat beberapa ibu-ibu pembuat dan penjual kue. Ketika Tim Pelaksana Pengabdian mengajak diskusi tentang permasalahan yang dihadapi, mitra sangat

antusias dan menyambut baik. Tim menyampaikan maksud kegiatan dan segera disepakati jadwal kegiatan dan calon peserta yang hadir dalam kegiatan pengabdian ini.

Pada tahap persiapan ini, Tim juga melaksanakan rapat internal pada tanggal 03 Agustus 2022, bertempat di Gedung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Dalam rapat tersebut Tim merancang pelaksanaan kegiatan yang terdiri dari waktu dan tempat pelaksanaan, materi yang akan disampaikan, metode penyampaian materi, narasumber, para peserta dan tamu yang akan diundang.

Tahap kedua adalah pelaksanaan kegiatan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada tanggal 24 Agustus 2022, bertempat di rumah salah seorang penduduk setempat di Kecamatan Pelayangan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini juga dibantu oleh 3 (tiga) orang mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Peserta yang hadir dalam kegiatan ini selain ibu-ibu pembuat kue tradisional sebagai mitra dalam pengabdian ini, juga dihadiri oleh Ibu Ketua RT dan seorang Juang Kencana (Pensiunan BKKBN yang masih berdaya untuk melanjutkan perjuangan gerakan KB Nasional dan membangun Norma Keluarga Kecil Bahagia dan Sejahtera).

Tahap terakhir adalah evaluasi kegiatan secara menyeluruh. Evaluasi kegiatan bertujuan untuk menilai dan membandingkan antara rencana dan pelaksanaan. Pada tahap evaluasi ini juga dinilai tingkat kefahaman peserta tentang materi yang disampaikan dengan cara memberikan quiz secara lisan dan berakhir dengan menanyakan kesan para peserta terhadap pelaksanaan kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan dalam kondisi baru memasuki era pasca Covid-19. Karenanya, dalam rangka tetap mematuhi protokol

kesehatan, Tim hanya mengundang peserta sebanyak 20 orang. Kegiatan pelaksanaan diawali dengan acara perkenalan antara Tim Pelaksana Pengabdian dan para tamu undangan yang dipandu oleh Ketua Tim Pelaksana Pengabdian sebagai moderator.

Dari hasil perkenalan singkat, diperoleh informasi bahwa hampir sebagian besar dari ibu-ibu pembuat kue tradisional tersebut memulai usahanya dari sekedar mencoba-coba berjualan untuk menambah kebutuhan rumah tangganya. Mereka hanya menjalankan bisnis seadanya dan belum mempunyai rencana pengembangan. Resep membuat kue mereka dapatkan secara turun temurun dari keluarga sehingga keterampilan membuat kuepun hanya berdasarkan kebiasaan sehari-hari.

Setelah perkenalan singkat, dilanjutkan dengan penyampaian materi dengan menggunakan metode:

Ceramah

Metode ceramah digunakan untuk proses penyampaian materi serta mendapatkan informasi tambahan untuk menyusun strategi dalam pengelolaan bisnis untuk pelaku usaha industri rumah tangga.

Simulasi dan Praktek

Dalam tahapan ini, para peserta pelatihan mengikuti arahan untuk dapat membuat rencana kegiatan/usaha masing-masing dalam lembar kerja yang telah disediakan, sehingga bisa langsung dipantau kebutuhan dan kendala ketika dilakukan praktek tersebut.

Evaluasi

Dalam tahapan ini, dilakukan monitoring/evaluasi untuk melihat sejauh mana kemampuan peserta selama mengikuti program pendampingan tersebut. Monitoring ini dilakukan dengan Tanya jawab secara langsung kepada tiap peserta. Berikut materi yang disampaikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian yang

dilakukan:

1. Memberikan Motivasi untuk Mempertahankan Kue Warisan Tradisional

Materi pertama disampaikan oleh Juang Kencana, bapak Drs. Waspi. Sebagai mantan petugas lapangan, pemateri sangat mengenal kondisi yang dihadapi mitra. Isi materi mendeskripsikan arti penting melestarikan kue tradisional sebagai potensi wisata kuliner yang bersifat heritage. Resep yang diperoleh turun temurun harus dilestarikan dengan cara mencatat resep tersebut kemudian diperkenalkan dan diajarkan kepada generasi penerus agar tetap lestari. Para orang tua juga wajib memperkenalkan kue-kue tradisional di lingkungan keluarganya masing-masing agar para generasi muda mengenal dan mencintai kue tradisional yang merupakan warisan turun temurun dan menjadi ciri khas kuliner Jambi Kota Seberang. Kue tradisional juga dapat dikembangkan menjadi usaha untuk meningkatkan pendapatan keluarga tanpa harus melalaikan kewajiban mengurus rumah tangga. Sebagai pendamping suami, para ibu rumah tangga seyogyanya juga diberdayakan dalam membantu peningkatan pendapatan keluarga dengan membentuk perilaku dan jiwa wirausaha (Sidiq *et al.*, 2020). Kesejahteraan keluarga akan tercapai jika didukung oleh peningkatan pendapatan keluarga.

2. Edukasi Pemanfaatan Media Sosial

Materi kedua disampaikan secara bergantian oleh masing-masing anggota Tim Pelaksana Pengabdian. Pada penyampaian materi kedua ini diperkenalkan tentang pemanfaatan media sosial yang difokuskan pada bagaimana menciptakan komunikasi intens sehingga konsumen merasa terikat dengan setia. Melalui media sosial dapat terbangun sarana kontak personal dengan konsumen yang bermanfaat sebagai sarana promosi, menyampaikan respon ke konsumen, forum diskusi online, memantau

pelanggan secara online, survei pelanggan dan menampilkan galeri produk (Priambada, 2015).

Pada kegiatan pengabdian ini media sosial yang diperkenalkan baru terbatas pada pembuatan akun instagram saja, mengingat keterbatasan mitra dalam memahami dan mempraktekkan digitalisasi. Tim Bersama mahasiswa memperkenalkan bagaimana langkah-langkah mendaftar instagram serta fitur-fiturnya dan mengajarkan bagaimana membuat akun Instagram. Cara mengoperasikan aplikasi tersebut dan merespon pesanan secara daring juga diajarkan dengan praktek langsung.

Tim juga menjelaskan bahwa nama *Instagram* merupakan kependekan dari *instant* dan *telegram*. Instan maksudnya dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti tampilan polaroid. Sedangkan kata “gram” berasal dari kata “telegram”, yang bermakna dapat mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. *Instagram* juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunaanya dalam meningkatkan kreatifitas, karena *Instagram* mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus (Dasuki & Wahid, 2020).

Gambar 5.

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian



Sumber: Dokumentasi Pribadi

3. Sosialisasi Desain Kemasan

Kue yang dijual mitra nyaris tanpa kemasan, walaupun ada hanya menggunakan kotak plastik yang distapler. Kue yang dibeli pelanggan hanya dimasukkan ke dalam kantong plastik tembus pandang dan bersatu dengan aneka kue lainnya. Dapat

dipastikan jika kue tersebut menempuh perjalanan panjang, akan mengalami perubahan bentuk akibat benturan. Untuk membantu mengatasi permasalahan tersebut, Tim melakukan sosialisasi tentang pentingnya kemasan. Sosialisasi ini tidak hanya bersifat ceramah, tetapi lebih interaktif dengan menggunakan bahasa lokal yang diselingi dengan tanya jawab.

Materi yang disampaikan adalah tentang fungsi kemasan. Beberapa fungsi kemasan yang dirangkum oleh Hastati *et al.* (2022) adalah sebagai pelindung produk, sumber informasi produk dan sarana komunikasi posisi produk di pasar. Sebagai pelindung produk, kemasan merupakan wadah atau pembungkus yang berguna untuk mencegah atau meminimalisir terjadinya kerusakan pada produk yang dijual seperti terjatuh, berubah bentuk karena tumpukan, kuman, serangga, dan lainnya. Terdapat anggapan bahwa kue tradisional itu tidak modis dalam penampilan. Hal ini disebabkan karena kue tradisional dapat ditemui dengan mudah di pasar tradisional dengan kemasan seadanya, bahkan ada yang tanpa kemasan sehingga menimbulkan kesan barang murahan. Persepsi barang murahan ini, membuat kue tradisional memiliki pangsa pasar yang tidak dapat menjangkau wilayah yang lebih luas atau dikenal masyarakat luas sebagai produk khas daerah.

Kemasan juga berfungsi memberikan nilai tambah bagi produk yang dihasilkan. Pemberian kemasan yang menarik akan memberikan kesan bahwa produk tersebut dihasilkan secara profesional sehingga dapat menjadi sarana promosi produk secara tak langsung, terlihat lebih higienis dan dapat menimbulkan daya tarik bagi konsumen untuk membelinya. Dengan memiliki desain kemasan yang menarik, dapat menguatkan *branding* usaha UMKM dan menjadi pembeda dari pesaing (Hendrayani & Manihuruk, 2020).

Sayangnya, sebagian besar UMKM masih mengemas produk apa adanya

(Nugrahani, 2015). Hal ini dikarenakan adanya persepsi bahwa membuat kemasan yang menarik memerlukan biaya yang mahal. Padahal bukan mahal tidaknya yang menjadi ukuran sebuah kemasan yang menarik, yang terpenting kemasan tersebut dapat berfungsi sesuai dengan karakteristik produk yang dihasilkan. Beberapa jenis kemasan makanan yang dapat dipilih adalah kemasan kertas, gelas, kaleng/logam, plastik dan kemasan gabungan dari beberapa jenis bahan kemasan, misalnya gabungan antara kertas dan plastik atau plastik, kertas dan logam (Irrubai, 2016).

Kepada peserta juga dijelaskan poin-poin penting yang seharusnya ada pada sebuah kemasan kue tradisional yang dijual. Poin yang dimaksud pertama adalah merk. Merk merupakan nama, istilah, tanda, simbol atau desain atau kombinasinya yang berfungsi untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan untuk membedakannya dari pesaing (Asosiasi Pemasaran Amerika dalam Kotler *et al.*, 2022). Merk yang sudah melekat di benak konsumen akan mempermudah konsumen untuk mengingat produk tersebut, melakukan pembelian ulang maupun mempromosikannya dari mulut ke mulut jika mereka merasa puas menikmati produk tersebut. Misalnya saja kue brownies merk Amanda yang sudah melekat di benak konsumen sebagai kue berkualitas dengan rasa dan kemasan yang menarik. Tampilan fisik produk yang meyakinkan dengan kemasan yang menarik, akan membuat konsumen tidak berkeberatan untuk membelinya dengan harga yang lebih mahal (Nugrahani, 2015).

Poin kedua yang dijelaskan adalah label. Label kemasan berisi informasi produk, komposisi produk, manfaat produk, tanggal produksi dan tanggal kadaluarsa produk yang dapat menimbulkan kepercayaan konsumen terhadap keamanan produk untuk dikonsumsi (Novianti *et al.*, 2022). Pada label kemasan juga terdapat

alamat dan nomor kontak produsen yang dapat digunakan konsumen jika ingin membeli atau memesan produk.

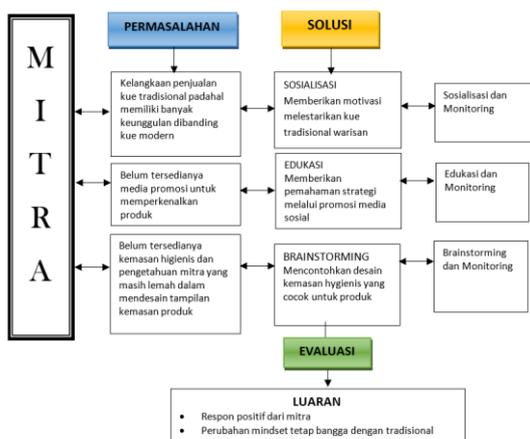
Gambar 6.
Foto Peserta Sosialisasi



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Berikut skema ringkasan rangkaian kegiatan yang dilakukan dalam memberi solusi terhadap permasalahan yang dihadapi mitra.

Gambar 7.
Langkah Kegiatan PPM



Secara keseluruhan, dapat dinilai bahwa pelaksanaan pengabdian berjalan dengan baik. Antusiasme peserta hingga berakhirnya acara sangat tinggi. Peserta kegiatan menyadari bahwa kegiatan ini akan sangat bermanfaat bagi usaha yang mereka geluti, dan tentunya jika usaha berkembang, maka kesejahteraan ibu-ibu pembuat kue tradisional pun akan meningkat.

Gambar 8.
Foto Bersama Tim dan Peserta



Sumber: Dokumentasi Pribadi

KESIMPULAN

Pembuat dan penjual kue tradisional khas Jambi Kota Seberang yang berlokasi di Kecamatan Pelayangan didominasi oleh kaum ibu. Mereka membuat kue berdasarkan resep turun menurun dan berjualan dengan modal seadanya baik dari sisi modal finansial maupun sisi modal keterampilan lainnya. Usaha kue mereka masih memiliki peluang pasar yang menjanjikan karena dari sisi keunikan bentuk dan rasa kue yang khas dan berbeda dari kue daerah lain maupun kue modern. Akan tetapi keunggulan tersebut jika tidak dikelola dengan baik, akan tertinggal kalah bersaing dengan kue modern yang tampil modis dan mudah dipesan tidak saja secara langsung namun bisa juga secara tidak langsung melalui media sosial. Ada tiga poin utama yang direkomendasikan kepada mitra yaitu: (1) Mencatat resep warisan tersebut dan mensosialisasikannya kepada anggota keluarga agar generasi muda mengenal dan menyukai kue tersebut sehingga kue tersebut akan tetap lestari baik lestari resep sesuai resep warisan nenek moyang maupun lestari keberadaan produknya karena tetap diminati sepanjang zaman (2) Menggunakan media sosial khususnya instagram agar jangkauan pemasaran lebih luas (3) Menggunakan kemasan yang menarik agar tampilan kue tidak kalah modis dengan kue modern, terlihat higienis dan mampu memikat minat konsumen untuk membelinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, S., Setiawati, R., Widiastuti, F., Raf, M., & Machpudin, A. (2021). Menstimulasi Para Ibu Anggota Kelompok Pengajian Menjadi Startup. *Jurnal Surya Masyarakat*, 4(1), 38.
<https://doi.org/10.26714/jsm.4.1.2021.38-44>
- Dasuki, I., & Wahid, U. (2020). Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran untuk Membangun Brand Awareness saat Pandemi Covid-19 | Dasuki | PARAHITA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat. *PARAHITA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1 (2)(2), 47–54.
<http://parahita.web.id/index.php/parahita/article/view/49/34>
- Hamdi, K & Yadewani, D. (2019). Pengembangan Usaha Kuliner Home Industri Sebagai Peluang Kaum Perempuan Menuju Industri Kreatif. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 110–116.
<https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i2.2867>
- Hastati, D.Y; Nuraeni, A., Ratih L, F., & Kuntari, W. (2022). Penerapan Kemasan Dan Label Untuk Produk Olahan Singkong Di Kelompok Tani Barokah. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 178–183.
<https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.3647>
- Hendrayani, Y., & Manihuruk, H. (2020). Redesain Kemasan dalam Meningkatkan Brand Awareness. 212–220.
- Irrubai, M. . (2016). Strategi Labelling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga. *SOSIO DIDAKTIKA: Social Science Education Journal*, 3(1), 1–11.
<https://doi.org/10.15408/sd.v3i1.3794>[Permalink/DOI](#)
- Kecamatan Pelayanan Dalam Angka. (2021). *Badan Pusat Statistik*.
- Kotler, P; Keller, K.L & Chernev, A. (2022). Marketing Management. *Pearson* (16).
<https://doi.org/10.2307/1250781>
- Novianti, K. D. P., Sukerti, N. K., Sukardiyasa, I. W. O., & Pratama, M. D. W. K. (2022). Penyuluhan Fungsi Kemasan Produk Kelompok Tani Empelan Terbin di Denpasar Timur sebagai Upaya Peningkatan Nilai Jual Produk. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(2), 553–558.
<https://doi.org/10.54082/jamsi.290>
- Nugrahani, R. (2015). Peran Desain Grafis Pada Label Dan Kemasan Produk Makanan Umkm. *Imajinasi: Jurnal Seni*, 9(2), 127–136.
<https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/article/view/8846>
- Priambada, S. (2015). Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (UKM). *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia, November*, 2–3.
- Sekoja Disiapkan Jadi Destinasi Wisata Religi dan Budaya.* (2016) Media Indonesia.
- Sidiq, A. W., Niati, A., Rizkiana, C., Ekonomi, F., & Semarang, U. (2020). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Keluarga Dengan Memanfaatkan Limbah Pohon Pisang. 2(2), 110–114.