

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM PROMOSI SNACK BAR KALABU
(KALAMANSI DAN UBI UNGU)Ade Febryanti^{1*}, Ismiati², Rini Patroni³, Sarkawi⁴¹⁻³Poltekkes Kemenkes Bengkulu

Email Korespondensi: ade_febryanti@poltekkesbengkulu.ac.id

Disubmit: 02 Januari 2025

Diterima: 08 April 2025

Diterbitkan: 01 Mei 2025

Doi: <https://doi.org/10.33024/jkpm.v8i5.18968>

ABSTRAK

*Snack Bar Kalabu (Kalamansi dan Ubi Ungu) merupakan produk bernilai jual tinggi dengan menggabungkan jeruk kalamansi dengan ubi ungu sebagai alternatif camilan sehat untuk penderita diabetes dan mendukung terciptanya Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS). Produk ini belum pernah dipromosikan di Wilayah Anggut Atas. Pelatihan dan edukasi tentang promosi sangat penting dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan ibu-ibu rumah tangga. Kegiatan dilakukan dengan metode ceramah, diskusi, dan tanya jawab serta dilakukan *pretest* dan *posttest*. Peserta dalam kegiatan ini adalah ibu-ibu rumah tangga. Pengujian secara statistik untuk mengetahui pengaruh sebelum dan sesudah dilakukan edukasi tentang promosi *snack bar kalabu*. Hasil statistik menunjukkan bahwa ada peningkatan pengetahuan ibu-ibu rumah tangga setelah dilakukan edukasi. Dan hasil diskusi ditetapkan logo dan kemasan yang menarik untuk produk *snack bar kalabu* di jual dan menjadi peluang bisnis guna meningkatkan ekonomi masyarakat.*

Kata Kunci: Kalamansi, Promosi, Snack Bar, Ubi Ungu

ABSTRACT

Kalabu Snack Bar (a combination of Kalamansi and Purple Sweet Potato) is a high-value product that combines kalamansi citrus with purple sweet potato as a healthy snack alternative for individuals with diabetes while supporting the Healthy Living Community Movement (GERMAS). This product has not yet been promoted in the Anggut Atas area. Training and education on promotion are crucial to enhancing the knowledge and skills of housewives. The activities were carried out using lecture, discussion, and Q&A methods, accompanied by pretests and posttests. The participants in this program were housewives. Statistical testing was conducted to determine the impact of education on promoting the Kalabu snack bar before and after the sessions. Statistical results revealed an increase in the housewives' knowledge after the education. Through discussions, an appealing logo and packaging design for the Kalabu snack bar were established, turning the product into a business opportunity to improve the community's economy.

Keywords: Kalamansi, Promotion, Snack Bar, Purple Sweet Potato

1. PENDAHULUAN

Inovasi jeruk kalamansi ditambah dengan ubi ungu menjadi suatu produk yang bisa bersaing di pasar. Ubi yang paling diunggulkan di Provinsi Bengkulu adalah jenis ubi ungu Jepang dan ubi cilembu (Yani & Wayan, 2020). Ubi ungu telah banyak diolah dan dikembangkan menjadi berbagai makanan dan camilan lezat karena baik bagi kesehatan. Ubi ungu diketahui lebih rendah kalori dibandingkan dengan kentang dan memiliki kandungan vitamin yang lebih tinggi, yaitu vitamin A, vitamin B, dan vitamin C. Selain itu, ubi ungu juga merupakan sumber beta karoten yang baik dan kaya akan antioksidan. Hasil penelitian mengemukakan bahwa ubi ungu diantaranya bermanfaat mencegah penyakit jantung, menjaga berat badan, mencegah kanker, menjaga kesehatan mata dan mengurangi resiko terjadinya peradangan.

Kalabu, sebuah produk snack bar inovatif, menggabungkan cita rasa lokal jeruk kalamansi dan ubi ungu yang memberikan rasa asam segar dalam camilan yang sehat. Produk ini memiliki potensi menjadi peluang usaha kreatif yang mampu bersaing di pasaran. Pola konsumsi masyarakat di Provinsi Bengkulu, baik dari keluarga menengah ke bawah maupun menengah ke atas, cenderung mengalokasikan proporsi pengeluaran yang lebih besar untuk makanan (Puspita dan Agustina, 2018). Hal ini menjadi dasar bahwa masyarakat Bengkulu adalah konsumen potensial untuk pengembangan produk makanan. Dalam skala yang lebih luas, diharapkan Kalabu, snack bar yang dikembangkan ini, dapat menjangkau konsumen di tingkat nasional maupun internasional.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan adalah pembuatan *snack bar* Kalabu dengan perancangan identitas visual dan desain kemasan, langkah yang kemudian akan dilakukan dalam rangka program *branding* adalah penciptaan sebuah kegiatan promosi. Tujuan promosi pada dasarnya adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan tentang perusahaan dan bauran pemasarannya (Tjiptono, 2001). Strategi pemasaran selalu berhubungan dengan segmentasi pasar serta mencakup bauran pemasaran (marketing mix), yang terdiri dari elemen harga, produk, distribusi, dan promosi. Selain itu, strategi ini juga melibatkan positioning serta identifikasi pasar target (Atmoko, 2018). Sehubungan dengan hal tersebut, bentuk upaya promosi ini dapat dikembangkan sebagai alternatif memberikan bekal kemandirian bagi ibu-ibu rumah tangga di Wilayah Anggut Atas Kota Bengkulu untuk lebih meningkatkan nilai jual produk *snack bar* Kalabu (Kalamansi dan Ubi Ungu).

Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk kegiatan pemberdayaan masyarakat untuk promosi dan diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Program pemberdayaan masyarakat adalah suatu proses yang memungkinkan masyarakat memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman guna meningkatkan kemampuan mereka, sehingga dapat berpartisipasi aktif dalam pembangunan dan memberikan dampak positif bagi kehidupan sosial (Rahmat 2020). Konsep pemberdayaan masyarakat mencakup berbagai upaya untuk meningkatkan kapasitas dan kemandirian masyarakat agar dapat berpartisipasi secara aktif dalam pembangunan di daerahnya (Kusmana & Garis, 2019). Tujuan pemberdayaan masyarakat menurut Nurdin (2019) adalah agar dapat dilakukan pengembangan kemampuan masyarakat terhadap potensi yang dimiliki, perubahan perilaku. Program pemberdayaan masyarakat dalam mewujudkan Desa Edukasi Digital telah memberikan dampak yang besar dalam meningkatkan

kualitas hidup serta kemampuan masyarakat desa dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi (Afiana et al. 2023). Upaya untuk meningkatkan perekonomian masyarakat desa, diperlukan kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui pendampingan dari pihak yang memiliki keahlian dan pengalaman dalam bidang pemberdayaan ekonomi (Rikantasari et al., 2023).

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan yaitu pelatihan dan pendampingan promosi tentang rahasia sukses promosi *snack bar* Kalabu. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Tim Dosen Jurusan Promosi Kesehatan Poltekkes Kemenkes Bengkulu yang dihadiri oleh 25 orang ibu-ibu rumah tangga di Wilayah Anggut Atas. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat adalah Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan ibu rumah tangga dalam mempromosikan produk *Snack bar* Kalabu.

2. MASALAH DAN RUMUSAN PERTANYAAN

Snack Bar Kalabu (Kalamansi dan Ubi Ungu) merupakan produk bernilai jual tinggi dengan menggabungkan jeruk kalamansi dengan ubi ungu sebagai alternatif camilan sehat untuk penderita diabetes dan mendukung terciptanya Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS). Produk inovatif ini belum pernah dipromosikan di wilayah Anggut Atas Kota Bengkulu.

Berdasarkan permasalahan diatas maka kami dari tim dosen dan mahasiswa Sarjana Terapan Promosi Kesehatan akan melakukan pengabdian kepada masyarakat Pemberdayaan Masyarakat dalam Promosi *Snack Bar* Kalabu (Kalamansi Dan Ubi Ungu) di Wilayah Anggut Atas Kota Bengkulu. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah melakukan Pemberdayaan Masyarakat dalam Promosi *Snack Bar* Kalabu (Kalamansi dan Ubi Ungu) di Wilayah Anggut Atas Kota Bengkulu.

3. KAJIAN PUSTAKA

Salah satu elemen dalam bauran pemasaran adalah promosi. Promosi merujuk pada upaya yang dilakukan oleh penjual untuk mengenalkan produk atau jasa kepada calon konsumen sekaligus membujuk mereka agar tertarik membeli produk atau jasa tersebut. Selain itu, promosi juga bertujuan untuk menyebarkan informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan guna mengubah pola perilaku konsumen. Dalam konteks kegiatan pengabdian kepada masyarakat skema kewirausahaan, promosi dilakukan untuk menarik sebanyak mungkin calon konsumen agar membeli produk yang dijual. Promosi menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan program pemasaran. Sebaik apa pun kualitas produk atau jasa, jika konsumen belum mengetahui keberadaannya dan tidak yakin akan manfaatnya, mereka tidak akan membeli produk tersebut (Buchari 2018).

Snack bar 'Kalabu' adalah sebuah inovasi produk pangan yang terbuat dari campuran bahan-bahan lokal seperti jeruk kalamansi dan ubi ungu. Jeruk Kalamansi banyak dibudidayakan di Kota Bengkulu dan diproduksi dalam skala besar untuk dijual dalam bentuk sirup yang dikenal sebagai Sirup Kalamansi. Saat ini, Sirup Kalamansi telah menjadi komoditas unggulan yang sangat diminati dan memiliki posisi penting dalam pasar penjualan tertinggi dibandingkan makanan khas lainnya di sentra penjualan kerajinan dan makanan khas Kota Bengkulu (Maryanti et. al 2018). Jeruk ini juga sangat berair dan memiliki rasa asam serta mengandung 5,5% asam sitrat. Sari buah

kalamansi baik untuk menjaga kesehatan tubuh karena kaya fosfor (P), kalsium (Ca) dan vitamin C (Litbang, 2019).

Promosi *snack bar* Kalabu (Kalamansi dan Ubi Ungu) diharapkan dapat menjadi peluang usaha rumah tangga dalam rangka meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga di Wilayah Anggut Atas Kota Bengkulu. Promosi adalah salah satu cara yang dilakukan oleh individu atau perusahaan dengan upaya untuk meningkatkan penjualan produk (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Kegiatan promosi pada kegiatan kepada masyarakat ini masih dilakukan secara offline. Hal ini sesuai dengan penelitian Permadi, Sari & Prawitasari (2022) menyatakan bahwa promosi *online word of mouth* (WOM), meningkatkan wawasan pasar yang terkait dengan produk yang dihasilkan, dan membuka ruang komunikasi dua arah antara penjual dan pembeli.

Kegiatan promosi untuk kegiatan selanjutnya, akan dilakukan promosi secara online dengan memanfaatkan media sosial. Pemasaran melalui media sosial dapat meningkatkan daya saing industri. Bagi UKM, penerapan social media marketing menjadi salah satu inovasi yang diperlukan di era digital saat ini. Pada era Revolusi Industri 4.0, penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran menjadi sangat penting, karena konsumen kini cenderung memanfaatkan platform tersebut untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Fraccastoro, Gabrielsson, & Pullins (2021) mengungkapkan bahwa media sosial lebih disukai sebagai sarana komunikasi dalam promosi penjualan, bahkan sangat efektif untuk mempertahankan pelanggan tanpa terpengaruh oleh batasan geografis. Hal ini sesuai dengan hasil pengabdian kepada masyarakat (Seppewali et. al 2024) menjelaskan bahwa meningkatkan keberlanjutan dari program, maka disarankan adanya kegiatan pendampingan berkelanjutan dalam penggunaan media sosial dan pengelolaan usaha, serta meningkatkan kolaborasi dengan pemangku kepentingan lokal seperti pemerintah desa dan sektor swasta.

4. METODE

a. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bidang kewirausahaan yang dilaksanakan dengan beberapa langkah sebagai berikut:

1) Persiapan

Melakukan Koordinasi pelaksanaan berbagai kegiatan dengan pihak terkait, dilanjutkan dengan persiapan bahan materi penyuluhan tentang promosi dan cara menghitung profit usaha *Snack bar* Kalabu pada masyarakat.

Adapun tahapannya adalah :

- a) Mengidentifikasi masalah
- b) Mengidentifikasi sasaran dengan cara observasi
- c) Merumuskan alternatif pemecahan masalah, menentukan prioritas masalah
- d) Menetapkan dan melaksanakan pemecahan masalah
Pelatihan pada masyarakat
 - 1) Pembekalan pengetahuan tentang promosi *Snack bar* Kalabu (Kalamansi dan Ubi Ungu)
 - 2) Pembekalan keterampilan dalam mempromosikan *Snack bar* Kalabu (Kalamansi dan Ubi Ungu)
- e) Evaluasi
 - 3) Meningkatnya pengetahuan masyarakat tentang promosi *Snack bar* Kalabu (Kalamansi dan Ubi Ungu)

4) Meningkatnya penghasilan keluarga

- b. Khalayak sasaran kegiatan pengabdian adalah mahasiswa berjumlah 5 orang dan Ibu rumah tangga yang telah ikut pelatihan pembuatan *Snack bar* Kalabu dan mempunyai usaha kecil di Wilayah Anggut Atas kota Bengkulu berjumlah 25 orang.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Wilayah Kerja Kelurahan Anggut Atas adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

No	Kegiatan	Sasaran	Penanggung Jawab	Peran
1	10 Juni 2024 Pelatihan tentang “Promosi <i>Snack Bar</i> yang Menguntungkan”	Ibu-Ibu Rumah Tangga	Tim dosen Poltekkes Bengkulu	-Memberikan pelatihan tentang “Rahasia Sukses Promosi <i>Snack Bar</i> Kalabu” -Mendiskusikan kemasan yang cocok
			Mahasiswa	Membantu dalam menyiapkan media edukasi, persiapan pelaksanaan pelatihan
			Kelurahan Anggut Atas	Membantu dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan
2	30 Oktober 2024	Ibu-Ibu Rumah Tangga	Ibu-Ibu Rumah Tangga	Sasaran membuat snack bar kalabu bersama-sama di rumah Ibu Desi untuk dikemas ketika pendampingan dengan dosen PKM

3	31 Oktober 2024 -Pengemasan <i>Snack Bar</i> Kalabu untuk siap dipromosikan -Monitoring dan evaluasi	Ibu-Ibu Rumah Tangga	Tim dosen Poltekkes Bengkulu dan Mahasiswa	Mendampingi ibu-ibu rumah tangga dalam mengemas <i>snack bar</i> kalabu
			Reviewer Internal	Memberikan saran dan masukkan agar <i>snack bar</i> kalabu bisa tetap berlanjut dan menjadi peluang bisnis baru untuk ibu-ibu rumah tangga di Anggut Atas
5	Penyusunan laporan hasil pengabdian masyarakat	Kelurahan Anggut Atas	Tim dosen Poltekkes Bengkulu	Membuat Laporan PKM



Gambar 1. Edukasi tentang “Rahasia Sukses Promosi *Snack Bar* Kalabu”



Gambar 2. Foto Bersama setelah pelaksanaan *post test*



Gambar 3. Proses memasukkan snack bar kalabu dalam kemasan

b. Pembahasan

Kegiatan pendampingan dalam pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan perekonomian desa dilakukan melalui berbagai metode, seperti pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan usaha (Nugrahaningsih et al., 2021). Melalui proses ini, masyarakat desa dapat memperoleh keterampilan dalam mengelola usaha secara lebih efektif, meningkatkan produksi serta kualitas produk, sekaligus memperbaiki strategi pemasaran dan penjualan.

Kegiatan pelatihan tentang rahasia sukses promosi *snack bar* Kalabu merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Tim Dosen Jurusan Promosi Kesehatan Poltekkes Kemenkes Bengkulu yang dihadiri oleh 25 orang ibu-ibu rumah tangga di Wilayah Anggut Atas. Kegiatan pelatihan ini dimulai dengan membagikan kuesioner *pre test* pengetahuan untuk mengukur tingkat pengetahuan ibu-ibu rumah tangga sebelum pemberian edukasi. Selanjutnya, ibu-ibu rumah tangga diberikan pelatihan tentang rahasia sukses promosi *snack bar* Kalabu meliputi pengertian promosi, strategi, logo kemasan yang menarik pembeli, dan cara melakukan promosi *offline* dan *online*. Setelah selesai pelatihan,

maka dilakukan pembagian kuesioner *post test* untuk melihat perbedaan sebelum dan sesudah edukasi.

Tabel 2. Distribusi Rata-Rata Pengetahuan Ibu-Ibu Rumah Tangga Tentang Promosi Snack Bar Kalabu

Pengetahuan	Rata-Rata	P Value
<i>Pre test</i>	8,7	0,000
<i>Post test</i>	9,8	0,000

Berdasarkan hasil *pre test* dan *post test* pada tabel 4 dapat diketahui adanya peningkatan pengetahuan ibu-ibu rumah tangga di Wilayah Anggut Atas mengenai cara untuk promosi *snack bar* kalabu agar menjadi peluang bisnis baru dan meningkatkan perekonomian masyarakat. Sesuai dengan hasil pengabdian masyarakat (Putri & Suminar 2023) menjelaskan bahwa kegiatan pemberdayaan masyarakat yang berbasis potensi lokal di Kampung Kokolaka dilakukan melalui beberapa tahapan, termasuk penyadaran melalui sosialisasi dan motivasi kepada masyarakat. Setelah mengikuti pelatihan, terjadi peningkatan pengetahuan, perubahan perilaku seperti gotong royong dan keberanian berbicara, serta peningkatan keterampilan dalam public speaking dan pengolahan kolang-kaling, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Melalui pemberdayaan yang efektif, diharapkan masyarakat desa dapat meningkatkan keterampilan dan kapasitas mereka dalam mengembangkan usaha serta memperbaiki kondisi perekonomian (Harini et. al 2023).

Pada kegiatan ini juga dilakukan diskusi untuk logo dan kemasan *snack bar* kalabu yang menarik minat para pembeli khususnya untuk penderita diabetes melitus agar tetap aman dan nyaman ketika memilih cemilan. Kegiatan selanjutnya, setelah mendapatkan edukasi tentang promosi *snack bar* kalabu meliputi cara, strategi promosi, logo dan kemasan yang menarik serta promosi *offline* dan *online*, tim dosen Poltekkes Bengkulu bersama dengan ibu-ibu rumah tangga wilayah Anggut Atas berdiskusi mengenai kemasan yang cocok untuk *snack bar* kalabu. Berdasarkan hasil diskusi disepakati kemasan seperti berikut:



Gambar 4. Kemasan Snack Bar Kalabu

6. KESIMPULAN

- a. Adanya peningkatan pengetahuan ibu-ibu tentang promosi produk *Snack bar* Kalabu
- b. Adanya keterampilan ibu-ibu dalam mempromosikan produk *Snack bar* Kalabu
- c. Peluang bisnis ibu rumah tangga untuk meningkatkan perekonomian masyarakat

Rekomendasi

- a. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk tahun selanjutnya, diharapkan dapat menyediakan *platform* di media sosial untuk penjualan produk *snack bar kalabu*
- b. Diharapkan kegiatan ini didukung oleh pemerintah daerah setempat agar produk *snack bar kalabu* menjadi peluang untuk meningkatkan perekonomian masyarakat

7. DAFTAR PUSTAKA

- Alfiana, Listiana, Sm, Kakaly S, Rais, R, Husnita, L, & Asfahani. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mewujudkan Desa Edukasi Digital Di Era Teknologi. *Community Development Journal*, Vol.4 No. 4 Tahun 2023, Hal. 7113-7120.
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal Of Indonesian Tourism, Hospitality And Recreation*, 1(2), 83-96. <https://doi.org/10.17509/Jithor.V1i2.13769>.
- Buchari A. (2018). Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Fraccastoro, S, Gabrielsson, M, & Pullins, E. B. (2021). The Integrated Use Of Social Media, Digital, And Traditional Communication Tools In The B2b Sales Process Of International Smes. *International Business Review*, 30(4), 101776. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2020.101776>.
- Harini, N, Suhariyanto, D, Indriyani, Novaria, N, Santoso, A, & Yuniarti, E. (2023). Pendampingan Pemberdayaan Masyarakat Dalam Meningkatkan Perekonomian Desa. *Amalee : Indonesian Journal Of Community Research And Engagement*. Vol 4 No 2, 2023, 10.37680/Amalee.V4i2.2834.
- Kusmana, E., & Garis, R. R. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Bidang Pertanian Oleh Penyuluh Pertanian Lapangan (Ppl) Wilayah Binaan Desa Buniseuri Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 5(4), 460-473.
- Litbang. (2019). *Jeruk Kalamansi, Kecil Kaya Manfaat Terhadap Kesehatan*. Info Teknologi 22 Januari 2019. <https://www.litbang.pertanian.go.id/info-teknologi/3450/>
- Maryanti, E., Fitriani, D., & Sani, F. (2018). Diversifikasi Residu Produk Olahan Home Industry Sirup Jeruk Kalamansi Di Kabupaten Bengkulu Tengah. *Dharma Raflesia : Jurnal Ilmiah Pengembangan Dan Penerapan Ipteks*, 15(1), 47-54. <https://doi.org/10.33369/Dr.V15i1.4234>
- Muria Herlina. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat Miskin Pinggiran Hutan: Strategi Meningkatkan Penghasilan Melalui Berkebun Dan Pembuatan*

- Sirup Jeruk Kalamansi. Edupreneur || Vol. 2, No 1, Maret 2019. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Kewirausahaan.
- Noviyanty, Y. (2019). *Identifikasi Senyawa Flavonoid Dari Ekstrak Etanol Kulit Buah Jeruk Kalamansi (Citrus X Microcarpa Bunge)*. Jurnal Ilmiah Pharmacy, 6(2).
- Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Murni, S., Hananto, S. T., Asrihapsari, A., Syafiqurrahman, M., Zoraifi, R., & Hantoro, S. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kewirausahaan Dan Pemasaran Digital Pada Bumdes Blulukan Gemilang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 8-14.
- Nurdin, A. H. M. (2019). *Pengembangan Masyarakat Dan Pemberdayaan Ekonomi Di Indonesia (Edisi Pert)*. Bandung: Cv Cendekia Press.
- Permadi, R. N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Platform Utama Pemasaran Produk Umkm. *Avant Garde*, 10(1), 15. <https://doi.org/10.36080/Ag.V10i1.1695>.
- Puspita, Chaterina Dwi & Neli Agustina. (2018). *Pola Konsumsi, Elastisitas Pendapatan, Serta Variabel-Variabel Sosial Ekonomi Yang Mempengaruhi Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga (Studi Kasus Di Provinsi Bengkulu Tahun 2018)*. Seminar Nasional Official Statistics 2019: Pengembangan Official Statistics Dalam Mendukung Implementasi Sdg's. <https://prosiding.stis.ac.id/index.php/semnasoffstat/article/download/46/78/>
- Puspitarini, Ds & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71-80. <https://doi.org/10.34010/Common.V3i1.1950>
- Rahmat, H. K. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Oleh Bintara Pembina Desa (Babinsa) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Rakyat. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(1), 91-107. <https://doi.org/10.31604/Jips.V7i1.2020.91-107>.
- Rikantasari, S, Ulya, V. F., Auliya, A, & Fathonah, F. (2023). Pendampingan Pengolahan Jagung Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Kumpulrejo Kecamatan Parengan Kabupaten Tuban. *Journal Of Community Engagement In Economics*, 1(1), 17-28.
- Seppewali, A, Yanti Rw, Said Sm, Adivar A, Nengsi Ba, Afiah An. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Potensi Wisata Pantai Dan Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial Dalam Promosi Potensi Hasil Laut Desa Karama. *Jubaedah : Jurnal Pengabdian Dan Edukasi Sekolah*, Vol. 4, No. 3, December 2024 Hal. 797-804. [10.46306/Jub.V4i3.276](https://doi.org/10.46306/Jub.V4i3.276).
- Tjiptono. (2001). *Manajemen Pemasaran Dan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Bpfe
- Yani, A & Wayan, R. (2020). *Studi Potensi Ubi-Ubian Spesifik Lokal Dan Upaya Pengembangannya Dalam Mendukung Kemandirian Pangan Di Provinsi Bengkulu*. *Agrosains: Jurnal Penelitian Agronomi* 22(1):45-51. <https://jurnal.uns.ac.id/agrosains/article/view/36009>