

Empowering Productive-Age Women Groups in Nagari Batu Bulek through Marketing of Traditional Food Integrated with Online Tour Packages

Hidayati*, Fauziah Ulmi, Emiliannur, Hayyu Yumna, and Hufri

Department of Physics, Faculty of Mathematics and Natural Sciences, Universitas Negeri Padang

*Correspondence: hidayati@fmipa.unp.ac.id; Tel.: +6281363248056

Diterima 13 Oktober 2025, Disetujui 11 Pebruari 2026, Dipublikasikan 31 Maret 2026

Abstract – The objective of this community service activity is to equip productive-age women with the necessary skills to package food, obtain PIRT (household food industry) licenses, develop product branding, and market traditional food by utilizing social media, websites, and e-commerce platforms integrated with online tour packages. This initiative indirectly contributes to improving the economic welfare of women in Batu Bulek and preserving the region's traditional food. The skill development program for productive-age women groups in Nagari Batu Bulek in marketing traditional food integrated with online tourism packages was carried out through several stages, namely the preliminary stage, preparation, and implementation. The results showed an increase in participants' understanding with an N-gain score of 0.36, which falls into the medium category. This activity also received positive responses from the participants, as indicated by the satisfaction survey with an average score of 93.7. Through this training program, productive-age women in Nagari Batu Bulek gained knowledge and skills in food packaging and product branding.

Keywords — Productive-Age Women, Marketing, Tradisional food

Pendahuluan

Nagari Batu Bulek adalah salah satu nagari yang terletak di Kecamatan Lintau Buo Utara, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat. Nagari ini dikenal memiliki kekayaan alam, budaya, dan kuliner khas yang menjadi bagian penting dari identitas masyarakat Minangkabau. Batu Bulek memiliki lanskap alam yang indah, dengan perbukitan hijau dan udara yang sejuk, menjadikannya lokasi yang strategis untuk pengembangan sektor pariwisata dan pertanian. Mayoritas penduduk di Nagari Batu Bulek berprofesi sebagai petani, pedagang, dan pelaku usaha rumahan.

Hasil pertanian utama Nagari Batu Bulek meliputi padi, tanaman hortikultura, serta tanaman perkebunan seperti aren dan kelapa yang menjadi bahan baku untuk produk lokal seperti gula semut dan gula

aren. Rencana perwilayahan industri Kabupaten Tanah Datar Tahun 2023-2043 berdasarkan 3 jenis industri unggulan yang dikembangkan yaitu salah satunya pengolahan gula dari bahan baku gula aren, gula semut, dan tebu di Nagari Batu Bulek yang terletak di kecamatan yang paling luas di Tanah Datar ini. Di kecamatan ini terdapat produksi komoditi produksi gula aren dan tebu mencapai 4 ribu ton dan produksi kelapa mencapai dua ratus ton dalam setahun [1].

Gula semut sebagai komoditi utama kabupaten Tanah Datar menjadi prioritas yang dikembangkan untuk menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi daerah [1]. Gula semut (gula kristal) adalah gula kelapa bubuk yang dibuat dari air nira palma. Proses pembuatannya berawal dari pemasakan nira selama 4 jam, setelah mulai mengental kemudian didinginkan dengan mengaduk (kurang lebih 1 jam) hingga menjadi gula

semut. Proses pengeringan gula semut selama 1 hari apabila terkena sinar matahari [2]. Gula semut ini memiliki kelebihan daripada gula cetak yaitu a) tahan lama (kurang lebih dua tahun dengan tidak terjadi perubahan selama penyimpanan); b) bentuknya menarik dan mudah larut, c) bernilai ekonomis yang tinggi, d) aromanya khas, e) berbentuk kering (teksturnya tidak lembek); f) mengandung sukrosa, glukosa, dan mineral [3].

Lebih lanjut, Gula aren juga memiliki prospek cerah dimasa mendatang. Hal ini didasarkan pada perkembangan luas lahan dan perkembangan produksi gula aren di Indonesia selama 31 tahun terakhir [4]. Tanaman aren punya potensi yang besar untuk dikembangkan karena kesesuaian beberapa faktor pendukung tanaman ini yaitu iklim, ketersediaan lahan, fungsi hidrologis, dan konservasi yang melekat pada tanaman aren, serta budaya petani dalam mengusahakan gula aren. Pohon aren ini banyak tumbuh di lereng Gunung Sago di Nagari Batu Bulek [5].

Selain sektor pertanian, banyak masyarakat yang mengembangkan usaha di bidang kuliner tradisional, terutama dalam produksi berbagai kue dan makanan khas yang telah dikenal luas. Nagari Batu Bulek memiliki potensi besar dalam bidang kuliner tradisional, dengan beragam makanan khas yang menjadi warisan turun-temurun masyarakat setempat. Beberapa makanan tradisional unggulan dari daerah ini antara lain kue sapik saka anau, kipang kacang, kue panggang, kue kacang, panyiam batu bulek (besar dan kering), serta bika batu bulek. Selain itu, Batu Bulek juga memiliki berbagai minuman khas seperti Nita (Nira Talua), Saka Pato, Gula Semut, dan Gula Aren, yang memiliki cita rasa unik dan khas daerah.

Kue Sapik Saka Anau adalah salah satu makanan tradisional khas dari Nagari Batu Bulek, Sumatera Barat. Kue ini termasuk dalam kategori kue kering yang memiliki tekstur renyah dan cita rasa manis

khas dari saka anau (gula aren). Nama "sapik" dalam bahasa Minang berarti "jepit" atau "lipat", merujuk pada proses 3 pembuatannya dimana adonan yang telah matang dijepit atau dilipat saat masih panas. Kipang kacang terbuat dari kacang tanah yang dicampur dengan gula aren, menghasilkan rasa manis, gurih, dan tekstur renyah. Kekayaan kuliner ini menunjukkan bahwa Nagari Batu Bulek memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai pusat kuliner tradisional yang dapat menarik perhatian wisatawan.



Gambar 1. Kipang Kacang



Gambar 2. Kue Sapik Saka Anau



Gambar 3. Kue Bika Batu Bulek



Gambar 4. Panyiaran Batu Bulek

Objek wisata Puncak Pato merupakan salah satu destinasi wisata unggulan di Sumatera Barat yang berlokasi di Nagari Batu Bulek. Jarak tempuh dari Kota Padang (Ibukota Sumatera Barat) yaitu ± 122 km dengan waktu tempuh ± 3 jam melalui perjalanan darat. Puncak Pato berada pada ketinggian 500-750 m di atas permukaan laut dan sangat sejuk karena berada pada area perbukitan. Puncak Pato memiliki banyak jenis wisata dengan fasilitas yang memadai dan harga yang ekonomis serta memiliki potensi pariwisata olahraga yang dapat dikembangkan [6]. Lokasi ini difasilitasi dengan lahan parkir, kios-kios tempat berjualan, musholla, toilet, serta bangunan terbuka yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan. Keberadaan kios-kios ini juga menjadi peluang bagi masyarakat untuk memasarkan produk makanan khas Batu Bulek kepada wisatawan yang berkunjung. Potensi ini semakin kuat karena promosi makanan tradisional dapat dilakukan bersamaan dengan promosi wisata, mengingat Puncak Pato merupakan salah satu destinasi utama di daerah tersebut.

Meskipun memiliki potensi yang besar, masyarakat masih menghadapi beberapa permasalahan dalam pengelolaan dan pemasaran produk makanan tradisional mereka. Berdasarkan hasil wawancara salah satu tantangan utama adalah kurangnya

kemampuan dalam pengemasan produk sehingga makanan yang dijual kurang menarik secara visual dan memiliki daya tahan yang terbatas. Selain itu, penjualan kue-kue tradisional masih bersifat musiman, terutama hanya meningkat pada bulan Ramadhan, sehingga pendapatan masyarakat dari sektor ini belum stabil sepanjang tahun. Untuk beberapa jenis makanan seperti kue bika dan panyiaran, distribusinya masih terbatas di pasar-pasar tradisional yang ada di Kecamatan Lintau Buo dan Lintau Buo Utara, sementara kue sapik, kue kacang, dan kue panggang memang sudah mencapai pasar luar Sumatera Barat, tetapi masih bergantung pada jaringan perantau. Sarana promosi yang juga telah dimanfaatkan berupa media sosial seperti Instagram sudah membantu meningkatkan jumlah kunjungan ke Puncak Pato dan memperkuat citra destinasi wisata ini di kalangan pengunjung [7]. Namun, sistem pemasaran yang lebih luas dan terstruktur diperlukan untuk meningkatkan distribusi produk makanan di daerah ini.

Selain itu, permasalahan yang cukup mendasar adalah belum adanya izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) pada produk makanan khas ini. Hal ini menyebabkan produk makanan dari Batu Bulek belum bisa menembus pasar yang lebih luas seperti toko ritel modern atau platform e-commerce. Dengan belum adanya sertifikasi PIRT, kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan kualitas produk masih terbatas, sehingga menghambat pertumbuhan usaha masyarakat di bidang kuliner.

Melihat situasi ini, perlu adanya upaya pembinaan keterampilan bagi kelompok wanita usia produktif di Nagari Batu Bulek dalam pemasaran makanan tradisional yang terintegrasi dengan paket wisata online. Peningkatan keterampilan pengemasan, strategi pemasaran digital, serta membantu masyarakat dalam memperoleh sertifikasi PIRT, diharapkan produk makanan tradisional Batu Bulek dapat memiliki daya

saing yang lebih tinggi, menjangkau pasar yang lebih luas, serta memberikan dampak ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat setempat.

Solusi/Teknologi

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, solusi yang diberikan akan diprioritaskan berdasarkan urgensinya dan disusun dalam bentuk kegiatan yang dapat dilakukan dalam satu tahun. Pendekatan yang diterapkan berbasis pada pelatihan, pendampingan, dan pengembangan kewirausahaan yang melibatkan teknologi dan integrasi dengan lembaga pendidikan seperti UNP. Beberapa solusi yang dapat diterapkan untuk membantu masyarakat di Nagari Batu Bulek mengatasi tantangan dalam produksi, kualitas produk, legalitas, pemasaran, serta kewilayahan adalah sebagai berikut:

1. Solusi untuk Permasalahan Produksi dan Kualitas Produk: Pelatihan dan Pendampingan Pengemasan Makanan yang Tepat.

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh masyarakat adalah kurangnya pengetahuan mengenai teknik pengemasan makanan yang benar. Salah satu faktor yang menarik perhatian konsumen dan secara langsung mempengaruhi proses pembelian adalah kemasannya [8][9][10]. Pengemasan yang menarik dan berkualitas tinggi sangat penting dalam pemasaran produk olahan tradisional. Pengemasan membantu menjaga kualitas produk makanan selama penyimpanan, transportasi dan distribusi [11][12]. Hal ini terutama dilakukan untuk melindungi produk makanan dari pengaruh eksternal seperti biologis, kimiawi atau kerusakan mekanis; untuk menampung makanan, mengawetkannya dalam keadaan seperti yang dikemas oleh mencegah penurunan kualitas, dan untuk menarik konsumen dan menyediakan informasi

produk dan gizi [11][13]. Pengemasan bukan hanya tentang perlindungan produk, tetapi juga tentang bagaimana produk tersebut dipersepsikan oleh konsumen [14]. Untuk itu, pelatihan tentang pengemasan yang tepat dan efisien perlu dilakukan. Pelatihan pengemasan ini sangat membantu peserta untuk menambah pengetahuan mengenai jenis material kemasan pangan, serta desain kemasan yang tepat dan menarik [10]. Pelatihan ini akan mencakup berbagai aspek penting, seperti pemilihan bahan kemasan yang tepat untuk setiap jenis produk, cara pengemasan yang dapat memperpanjang daya simpan makanan, serta desain pengemasan yang menarik secara visual. Desain kemasan yang kreatif dapat memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan pengalaman konsumen dan menyesuaikan dengan tren pasar yang terus berubah [15].

Target Luaran/Indikator Capaian:

- a. 90% pelaku usaha makanan mampu mengemas produknya dengan teknik yang benar dan efisien.
- b. Penggunaan bahan kemasan yang sesuai untuk memperpanjang daya simpan produk meningkat 75%.
- c. 80% produk makanan memiliki kemasan yang menarik secara visual.

Kegiatan yang Dilakukan:

- a. Pelatihan mengenai pengemasan yang aman dan efisien.
- b. Penyuluhan tentang standar kebersihan dan keamanan pangan.
- c. Workshop mengenai desain kemasan yang menarik untuk meningkatkan daya tarik produk.

2. Solusi untuk Permasalahan Legalitas dan Standarisasi Produk: Pendampingan untuk Memperoleh PIRT.

Untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar, pelaku usaha makanan di

Nagari Batu Bulek perlu dibimbing untuk mendapatkan sertifikasi PIRT. Pendampingan ini akan mencakup penyuluhan tentang pentingnya sertifikasi dan cara mengajukan permohonan. Sertifikasi PIRT dapat memberi keuntungan yaitu naiknya nilai produk dari UMKM dan menambah kepercayaan konsumen pada kualitas dan keamanan produk [16]. Sertifikasi PIRT tidak hanya penting untuk memastikan keamanan dan legalitas produk, tetapi juga untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM. Dengan demikian, sertifikasi ini menjadi elemen penting dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di pasar [17].

Target Luaran/Indikator Capaian

- a. 50% pelaku usaha berhasil memperoleh sertifikasi PIRT.
- b. Meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

Kegiatan yang Dilakukan

- a. Pelatihan tentang pentingnya sertifikasi dan langkah-langkah yang diperlukan untuk mendapatkannya.
- b. Bimbingan langsung dalam proses pendaftaran dan pengajuan sertifikasi.
- c. Penyuluhan mengenai persyaratan legalitas yang harus dipenuhi untuk memperluas jangkauan pasar.

3. Solusi untuk Permasalahan Pemasaran Produk: Pelatihan Pemasaran Digital dan Pengembangan Branding Produk

Pemasaran yang efektif sangat penting untuk memperkenalkan produk makanan khas daerah ke pasar yang lebih luas. Pelatihan mengenai pemasaran digital dan branding produk akan membantu pelaku usaha dalam memanfaatkan media sosial, website, dan platform e-commerce untuk mempromosikan produk mereka. Pelatihan ini dirancang untuk membantu kelompok wanita usia produktif menghadapi tantangan pemasaran online dengan bahasa yang

sederhana dan mudah diakses, serta lokakarya kolaboratif yang memperkuat pengetahuan dan keterampilan. Selain itu, pelatihan tentang pembuatan merek (branding) yang menarik akan membantu produk makanan khas daerah dikenal lebih luas. Dalam era digital yang terus berkembang, pelaku bisnis, termasuk kelompok perempuan di desa, dituntut untuk terus belajar dan beradaptasi dengan kondisi lingkungan baru [18].

Kegiatan yang Dilakukan

- a. Pelatihan mengenai pemasaran digital menggunakan media sosial, seperti *Instagram* dan *Facebook*.
- b. *Workshop* mengenai pembuatan merek (*branding*)
- c. Bimbingan dalam penggunaan *platform e-commerce* untuk menjual produk.

Kegiatan pemasaran dapat diintegrasikan dengan paket wisata online Nagari Batu Bulek. Adapun strategi yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Membuat paket wisata kuliner terpadu
Gabungkan wisata budaya dan alam di Nagari Batu Bulek dengan pengalaman tradisional. Wisatawan diajak mengunjungi sentra produksi makanan khas, belajar membuat makanan tradisional, dan menikmati hidangan khas daerah.
- b. Mempromosikan makanan tradisional di platform wisata online
Cantumkan informasi tentang makanan khas dalam deskripsi paket wisata di website, media sosial, dan platform e-commerce wisata. Tambahkan opsi “Pesan oleh-oleh khas” saat wisatawan memesan paket wisata. Buat testimoni dan review dari wisatawan yang sudah menikmati kuliner tradisional.
- c. Membuka *pre-order* dan pengiriman makanan tradisional
Sediakan opsi *pre-order* makanan khas bagi wisatawan yang ingin membeli oleh-oleh secara online. Gunakan *marketplace* dan

e-commerce untuk menjual produk makanan tradisional, dengan branding yang menarik.

Hasil dan Diskusi

Kegiatan pertama adalah tahap pendahuluan yang dilaksanakan di kantor Wali Nagari Batu Bulek. Tim pengabdian melakukan kegiatan sosialisasi pembinaan, pengumpulan informasi awal, dan perumusan masalah. Tim melakukan diskusi dengan wali nagari dan Wanita produktif Nagari Batu Bulek.



Gambar 5. Dokumentasi Kegiatan Pendahuluan

Dari kegiatan ini didapatkan daftar nama-nama makanan tradisional nagari Batu Bulek dan Produk Khas Nagari Batu Bulek dan nama pesertanya.

Kegiatan kedua merupakan tahap persiapan. Tim pengabdian melakukan rapat untuk menyusun rencana pelaksanaan, perancangan strategi, dan penyusunan instrument pencapaian tujuan, pemilihan waktu dan tempat pelaksanaan pembinaan, penyusunan jadwal, dan penyiapan alat dan bahan yang dibutuhkan untuk kegiatan pengabdian.

Kegiatan ketiga adalah tahap pelaksanaan yang dilaksanakan di Aula Wali Nagari Batu Bulek. Kegiatan pengabdian Kepada Masyarakat di buka secara resmi oleh wali Nagari Batu Bulek, Bapak Andi Musdar.

Lalu dilanjutkan dengan memberikan *pretest* bagi peserta untuk melihat sejauh mana pengetahuan dan kesiapan peserta mengikuti kegiatan pembinaan.



Gambar 6. Dokumentasi Tahap Persiapan

Kegiatan selanjutnya adalah penyampaian materi oleh Narasumber 1, yaitu Fauziah Ulmi, M.Pd terkait pengemasan makanan dan produk, jenis-jenis bahan kemasan beserta kelebihan dan kekurangannya, kriteria pemilihan bahan kemasan, contoh kemasan yang tepat untuk masing-masing produk, tahapan pengurusan izin PIRT dan Sertifikat halal.



Gambar 7. Dokumentasi Pembukaan Acara



Gambar 8. Dokumentasi Pemaparan Materi Narasumber Pertama

lah dilaksanakannya materi pertama, kegiatan selanjutnya adalah melaksanakan latihan mengemas makanan dan produk khas Batu Bulek yang. Pada kegiatan ini peserta diperkenalkan contoh-contoh kemasan yang sesuai dengan jenis makanan dan produk khas Baru Bulek. Tujuan kegiatan pelatihan ini peserta mampu memilih kemasan yang menarik untuk produknya masing-masing. Melalui latihan ini, diharapkan produk khas Batu Bulek tidak hanya memiliki cita rasa yang unggul, tetapi juga mampu dipasarkan dengan tampilan yang profesional sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk wisatawan dan konsumen di luar daerah.



Gambar 9. Dokumentasi Latihan Mengemas Makanan

Setelah dilakukan Latihan mengemas makanan dan produk khas Batu Bulek, kegiatan selanjutnya Adalah penyampaian materi ke 2 oleh Fauzan Aulia, S.Ds., M.Sn terkait fungsi merk dan logo dari suatu produk dan latihan merancang Merk dan Logo (*Branding*) untuk makanan dan produk khas Batu Bulek.



Gambar 10. Dokumentasi Pemaparan Materi Narasumber Kedua

Berikut adalah merk dan logo dari makanan dan produk khas Batu Bulek yang dihasilkan dari kegiatan pelatihan.



Gambar 11. Logo Produk Khas Batu Bulek Hasil Kegiatan Pelatihan

Setelah kegiatan pembinaan, peserta diminta mengisi *posttest* dan angket kepuasan untuk mengukur keberhasilan peserta setelah mengikuti kegiatan/pelatihan dan untuk mengetahui tingkat kepuasan peserta terhadap pelaksanaan kegiatan serta memperoleh masukan untuk perbaikan di masa depan.

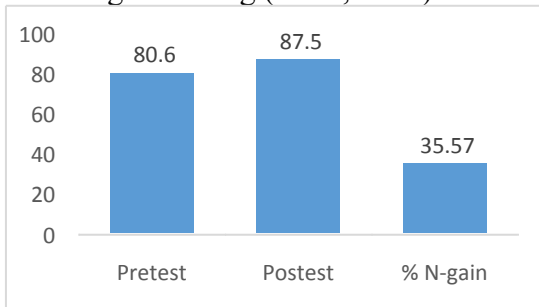
Data pretest dan posttest dianalisis secara deskriptif untuk menentukan skor rata-rata skor dan n-gain ($\langle g \rangle$) yang hasilnya ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Deskripsi Statistik Data Pretest dan Posttest

	Pretest	Posttest
<i>n</i>	8	8
<i>Min</i>	65	75

Max	90	95
Mean	80.6	87.5
SD	8,63	8,02

Selanjutnya dilakukan analisis dengan menghitung $\langle g \rangle$ untuk mengetahui sejauh mana peningkatan kompetensi peserta berdasarkan data pretest dan postest. Hasilnya dapat dilihat pada Gambar 11. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai rata-rata $\langle g \rangle$ diperoleh sebesar 0,36 yang berada dalam kategori sedang (Hake, 1999).



Gambar 12. Skor Rata-Rata *Pretest*, *Posttest*, dan % *N-gain*

Hasil angket pendapat peserta terhadap kegiatan pembinaan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Respon Hasil Angket Kepuasan Peserta Kegiatan.

Item	Respon (%)
Kegiatan dilaksanakan sesuai jadwal yang telah ditentukan.	91
Materi yang disampaikan sesuai dengan tujuan kegiatan.	94
Narasumber/instruktur menguasai materi dengan baik.	94
Metode penyampaian materi menarik dan mudah dipahami.	94
Sarana dan prasarana kegiatan mendukung kelancaran kegiatan.	91
Waktu pelaksanaan kegiatan cukup efektif	91
Panitia memberikan pelayanan yang baik selama kegiatan berlangsung.	94
Kegiatan memberikan manfaat bagi pengembangan	97

pengetahuan/keterampilan.

Kegiatan ini membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi peserta. 97

Saya merasa puas dengan keseluruhan pelaksanaan kegiatan ini. 94

Tabel 2 memperlihatkan respon peserta sangat baik terhadap pelaksanaan pembinaan dan merasa puas dengan pelaksanaan kegiatan yang dilakukan. Pada akhir kegiatan dilaksanakan foto bersama tim pengabdian dan peserta kegiatan pendampingan.



Gambar 13. Dokumentasi Seluruh Tim Pengabdian dan Peserta Pendampingan

Hasil angket kepuasan juga sejalan dengan hasil wawancara yang dilakukan. Peserta mengungkapkan bahwa kegiatan ini menjawab kebutuhan mereka dalam pengembangan usaha dari produk-produk khas Batu Bulek, mereka mendapatkan banyak pengetahuan tentang kemasan yang menarik untuk masing-masing produk dan cara pengemasan yang menarik untuk penjualan, selain itu mereka mengaku lebih paham untuk mengurus izin produk.

Kesimpulan

Kegiatan pembinaan keterampilan kelompok wanita usia produktif Nagari Batu Bulek dalam pemasaran makanan tradisional terintegrasi paket wisata online dilaksanakan melalui beberapa tahapan, mulai kegiatan pendahuluan, persiapan, pelaksanaan.

Terdapat peningkatan pemahaman peserta dengan n-gain sebesar 0,36 dengan kategori sedang. Kegiatan ini mendapat respon positif dari peserta berdasarkan hasil angket kepuasan dengan rata-rata skor 93,7. Melalui kegiatan pembinaan, wanita usia produktif Nagari Batu Bulek memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam mengemas dan membuat *branding*.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Negeri Padang yang telah mendanai kegiatan bimtek ini dengan nomor kontrak 2397/UN35.15/PM/2025.

Pustaka

- [1] C. Kerja, U. Dasar, K. Dalam, and S. Tengah, "Bupati tanah datar provinsi sumatera barat peraturan daerah kabupaten tanah datar," 2023.
- [2] R. R. Hasibuan, R. S. Setyanugraha, S. R. Amelia, A. A. Arofah, and A. R. Pratiwi, "Reza Rahmadi Hasibuan, 2 R. Satria Setyanugraha, 3 Shella Rizqi Amelia, 4 Anastasia Anggarkusuma Arofah, 5 Agustin Riyan Pratiwi," vol. 9, no. 1, pp. 107–111, 2021.
- [3] N. Fatmawati, P. S. Agroteknologi, and B. E. Point, "Analisis Break Even Point Usaha Pengrajin Gula Merah," vol. 01, no. 01, pp. 1–10, 2022.
- [4] P. I. Suri, F. Zevaya, and H. Parkhurst, "Potensi Dan Prospek Industri Gula Aren Di Indonesia," *J. Islam. Econ. Financ.*, no. 2, pp. 251–264, 2024, [Online]. Available: <https://doi.org/10.59841/jureksi.v2i2.1462>
- [5] E. Yusmaita, N. Nazifah, N. Padang, K. Padang, and S. Barat, "Participatory Education for Women Farming Group Processing Kolang-Kaling Into a Variety of Food Based on Zero Waste Concept Pendidikan Partisipatif Bagi Kelompok Wanita Tani Mengolah Kolang-Kaling Menjadi Aneka Makanan," vol. 9, pp. 236–243, 2023.
- [6] T. Hidayat, "Potensi Destinasi Wisata Olahraga pada Destinasi Wisata Puncak Pato Kabupaten Tanah Datar," *J. Tour. Sci. Technol. Ind.*, vol. 1, no. 1, 2022.
- [7] D. Kepada *et al.*, *Pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi objek wisata puncak pato kabupaten tanah datar provinsi sumatera barat skripsi*. 2024.
- [8] M. N. O. Sadiku, T. J. Ashaolu, and S. M. Musa, "Food Marketing: A Primer," *Int. J. Trend Sci. Res. Dev.*, vol. Volume-3, no. Issue-4, pp. 131–133, 2019, doi: 10.31142/ijtsrd23640.
- [9] M. Mardalena, A. Hidayat, S. Andaiyani, L. Liliana, and Z. Wulandari, "Strengthening Sme Food Products Through Product Packaging Training," *Abdi Dosen J. Pengabdi. Pada Masy.*, vol. 5, no. 3, p. 495, 2021, doi: 10.32832/abdidos.v5i3.930.
- [10] D. Silvia, W. Prastiwinarti, R. Ningtyas, S. Imam, and N. P. Sari, "MENINGKATKAN KUALITAS UKM Mitra Dapoer Ikan Umi Ali yang Timur dan mitra Rendang Bu Guru di Bojong," vol. 6, no. 2, pp. 347–353, 2023.
- [11] S. Sarkar and K. Aparna, "Research Trends in Home Science and Extension," *Res. Trends Home Sci. Ext.*, no. October, 2020, doi: 10.22271/ed.book.959.
- [12] S. Otto, M. Strenger, A. Maier-Nöth,

- and M. Schmid, "Food packaging and sustainability – Consumer perception vs. correlated scientific facts: A review," *J. Clean. Prod.*, vol. 298, 2021, doi: 10.1016/j.jclepro.2021.126733.
- [13] N. P. Maffei and H. N. J. Schifferstein, "Perspectives on food packaging design," *Int. J. Food Des.*, vol. 2, no. 2, pp. 139–152, 2017, doi: 10.1386/ijfd.2.2.139_2.
- [14] N. M. A. G. R. A. ASTITI, "the Importance of Packaging in Marketing Traditionally Processed Products in the Women Farming Group Sumber Rejeki Banjar Cengkilung Peguyangan Kangin Denpasar Bali," *AJARCADE (Asian J. Appl. Res. Community Dev. Empower.)*, vol. 7, no. 3, 2023, doi: 10.29165/ajarcde.v7i3.327.
- [15] W. Siwei, D. Cheng, and Y. Zhe, "The New Concept of Visual Communication in Brand Packaging Design in Contemporary Internet Context Visual Elements of Brand Packaging Design Graphic Design Color Recognition Layout Design Font Design Structure Modeling," no. Icemeet, pp. 1299–1304, 2019, doi: 10.25236/icemeet.2019.264.
- [16] V. S. Purborini, "Sosialisasi dan Pendampingan Pengurusan PIRT sebagai Upaya Pengembangan Kualitas Usaha di Usaha Kue Kering Lala, Kelurahan Pisang Candi, Kecamatan Sukum Kota Malang," *J. Pengabd. Masy. dan Ris. Pendidik.*, vol. 1, no. 3, pp. 182–186, 2023, doi: 10.31004/jerkin.v1i3.47.
- [17] S. Rahmawati, D., Meliana, M., Wahyuni, W., Maulidiyah, I., Saqila, E., Eilma, S., Fauziah, N., Nevy, B., Maulidiyah, M., Diana, S., San, A., Seran, M., Lovirna, F., Ilmu, F., Kesehatan, U., & Medika, "Jurnal Riset Ilmu Farmasi dan Kesehatan," *OBAT J. Ris. Ilmu Farm. dan Kesehat.*, vol. 2, no. 1, 2024, [Online]. Available: https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=deN0d24AAAAAJ&citation_for_view=deN0d24AAAAAJ:ULOm3_A8W_rAC
- [18] M. NurSekti, M. Maolan, D. Noviana, and P. Fauziah, "Improving Marketing Skills Through Marketplace Platform Training for the Sunday Pahing Women's Group of Wotawati Village, Gunungkidul, Yogyakarta," *J. Pengabd. Kpd. Masy. (Indonesian J. Community Engag.)*, vol. 10, no. 2, p. 86, 2024, doi: 10.22146/jpkm.87784.