PENGUATAN KAPASITAS WIRAUSAHA MELALUI LITERASI HARGA JUAL DAN STRATEGI PROMOSI PRODUK OLEH-OLEH BERBASIS MANGGA UNTUK MENDUKUNG SDGS 8 DAN 12 DI DESA BULAK, INDRAMAYU

Cucu Cahyana, Guspri Devi Artanti, Annis Kandriasari, Yeni Yulianti
[1]Seni Kuliner dan Pengelolaan Jasa Makanan, [2,3,4]Program Studi Pendidikan Tata Boga
Fakultas Teknik
Universitas Negeri Jakarta

Email
ccahyana@unj.ac.id, guspri@unj.ac.id, annis@unj.ac.id, yeni.yulianti@unj.ac.id

Abstract

Indramayu mangoes, as a local food resource, have considerable potential to be developed into value-added souvenir products. However, strengthening community capacity in product pricing and promotional strategies is essential to support sustainable local entrepreneurship. This community service program aimed to strengthen the entrepreneurial capacity of the Bulak Village community, Jatibarang, Indramayu, through selling-price literacy and promotional strategies for mango-based souvenir products in support of SDGs 8 and 12. The program was conducted on July 25, 2026, at the Bulak Village Office Hall, Jatibarang, Indramayu, West Java, using an educational and hands-on practice approach. The Culinary Product Selling Price Calculation Pocket Guide was utilized as a supporting learning medium to improve participants' understanding of production costs and selling-price determination. Participants also practiced large-scale diversification of Indramayu mangoes into mango jam, mango syrup, mango juice, and mango jelly. Evaluation results showed an increase in the mean test score from 72.5 to 98.0, with an N-Gain score of 0.927 (high category). Participant satisfaction reached a mean score of 4.66 out of 5 (93.2%). The findings indicate that the program effectively strengthened entrepreneurial literacy, enhanced the value of local mango products, and created opportunities for community-based business development aligned with SDGs 8 and 12.

Keywords: *entrepreneurship; selling-price literacy; Indramayu mango; product diversification; SDGs 8; SDGs 12.*

Abstrak

Potensi mangga Indramayu sebagai pangan lokal memiliki peluang besar untuk dikembangkan menjadi produk oleh-oleh bernilai tambah, namun diperlukan penguatan kapasitas masyarakat dalam menentukan harga jual dan mempromosikan produk secara efektif. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas kewirausahaan masyarakat Desa Bulak, Jatibarang, Indramayu, melalui literasi harga jual dan strategi promosi produk oleh-oleh berbasis mangga untuk mendukung pencapaian SDGs 8 dan 12. Kegiatan dilaksanakan pada 25 Juli 2026 di Aula Kantor Desa Bulak, Jatibarang, Indramayu, Jawa Barat, dengan pendekatan edukatif dan praktik. Buku Saku Perhitungan Harga Jual Produk Kuliner digunakan sebagai media pendukung untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai perhitungan biaya dan penetapan harga jual. Peserta juga melakukan praktik diversifikasi mangga Indramayu dalam skala besar menjadi selai mangga, sirup mangga, sari buah mangga, dan jelly mangga. Evaluasi melalui pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan rata-rata skor dari 72,5 menjadi 98,0, dengan N-Gain 0,927 (kategori tinggi). Evaluasi kepuasan peserta menghasilkan rata-rata 4,66 dari skala 5 (93,2%). Hasil menunjukkan bahwa kegiatan efektif dalam memperkuat literasi kewirausahaan, meningkatkan nilai tambah pangan lokal, dan membuka peluang pengembangan usaha masyarakat yang mendukung SDGs 8 dan 12.

Kata Kunci: kewirausahaan; harga jual; mangga Indramayu; diversifikasi produk; SDGs 8; SDGs 12.

1. PENDAHULUAN (*Introduction)*

Indramayu adalah kabupaten yang dikenal sebagai penghasil buah mangga. Hampir di setiap jengkal tanah di wilayah Kabupaten Indramayu ditumbuhi oleh pohon mangga. Oleh karenanya Indramayu sering pula disebut sebagai Kota Mangga. Di Kabupaten Indramayu, mangga memiliki aneka jenis warna, rasa dan tekstur yang berbeda-beda. Mangga cengkir dan gedong gincu adalah jenis mangga yang paling populer di masyarakat, bahkan sampai luar negeri. Dua mangga itu sering dijadikan oleh-oleh karena rasanya enak, teksturnya yang menarik, serta aroma yang khas (dinaskominfo.indramayukab.go.id., 2021). Mangga dapat dijadikan sebagai sumber daya lokal untuk peningkatan ekonomi masyarakat desa karena rasanya manis dan sedikit asam dengan kandungan gizi yang bermanfaat untuk kesehatan (Saputri et al., 2023).

Produksi buah mangga di kabupaten Indramayu tahun 2023 sebanyak 1.118.941 kuintaltahun. Produksi mangga pada kecamatan Jatibarang sebesar 94.715 kuintal/tahun yakni, tertinggi ke-3 setelah wilayah kecamatan Haurgeulis dan Cikedung (BPS, 2024). Desa Bulak, Kecamatan Jatibarang yang terletak di Kabupaten Indramayu, Jawa Barat, dikenal sebagai salah satu daerah penghasil mangga berkualitas tinggi. Namun, pemanfaatan mangga sebagai komoditas unggulan desa masih terbatas pada penjualan buah segar. Produksi buah mangga seringkali diiringi oleh harga jual yang rendah, terutama pada saat panen raya. Hal ini akan mengurangi pendapatan petani serta mengurangi semangat untuk menghasilkan produksi lebih tinggi. Terdapat upaya untuk meningkatkan nilai tambah buah mangga tersebut antara lain melalui pengolahan menjadi berbagai jenis makanan yang memiliki harga yang lebih tinggi. Selain itu, pengolahan mangga akan memperpanjang waktu simpan, sehingga dapat dikonsumsi dalam jangka waktu yang panjang.

Desa Bulak, Kabupaten Indramayu, merupakan wilayah agraris dengan potensi hortikultura yang besar, khususnya komoditas mangga. Indramayu dikenal sebagai salah satu sentra produksi mangga nasional dengan varietas unggulan seperti gedong gincu dan harumanis yang memiliki nilai ekonomi dan daya tarik pasar tinggi (Haerusman et al., 2025). Namun, melimpahnya produksi mangga pada musim panen belum sepenuhnya diimbangi dengan kemampuan pengolahan pascapanen dan penguatan nilai tambah, sehingga sering menimbulkan permasalahan fluktuasi harga dan rendahnya pendapatan rumah tangga (Rasmikayati et al., 2017). Potensi mangga ini dapat dimaksimalkan dengan mengolahnya menjadi berbagai produk bernilai tambah, seperti makanan ringan, minuman, atau camilan khas yang dapat dijadikan oleh-oleh.

Mitra kegiatan pengabdian ini adalah kelompok ibu rumah tangga di Desa Bulak yang sebagian besar berada pada usia produktif, namun belum optimal terlibat dalam kegiatan ekonomi produktif. Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan perangkat desa, diketahui bahwa sebagian mitra telah melakukan pengolahan mangga menjadi produk pangan sederhana seperti manisan, dodol, atau olahan kering. Akan tetapi, kegiatan tersebut masih bersifat insidental, tidak terencana, dan belum berkembang menjadi usaha mikro yang berkelanjutan.

Permasalahan mitra dapat dianalisis secara komprehensif dari hulu hingga hilir. Pada sisi hulu, ketersediaan bahan baku mangga sangat melimpah, namun belum didukung oleh perencanaan usaha dan diversifikasi produk yang tepat. Penelitian menunjukkan bahwa lemahnya pengelolaan potensi lokal menjadi faktor penghambat utama pengembangan usaha berbasis komoditas pertanian (Diman et al., 2025; Tanjung & Hasanah, 2024). Pada tahap produksi, mitra masih menggunakan metode tradisional tanpa standar mutu yang jelas, sehingga kualitas produk tidak konsisten. Kondisi ini sejalan dengan temuan bahwa UMKM pangan rumah tangga sering mengalami kendala pada aspek efisiensi dan standardisasi proses produksi (I. Gunawan et al., 2024; Yuliana & Azmi, 2025).

Pada sisi hilir, permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah ketidakmampuan dalam menghitung harga jual produk secara tepat. Penentuan harga masih dilakukan berdasarkan perkiraan atau mengikuti harga pasar tanpa memperhitungkan biaya produksi secara menyeluruh, termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja, kemasan, dan margin keuntungan. Padahal, kemampuan menentukan harga jual yang akurat berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan dan daya saing usaha mikro (Chinonso et al., 2025; Hilmawan et al., 2024). Selain itu, mitra juga mengalami keterbatasan dalam aspek promosi produk. Produk belum memiliki merek, kemasan yang menarik, maupun strategi promosi yang efektif, baik secara konvensional maupun digital. Rendahnya literasi pemasaran ini berdampak pada terbatasnya jangkauan pasar dan rendahnya nilai jual produk (Wijayanto et al., 2025).

Pelatihan kewirausahaan berbasis produk lokal yang dilakukan oleh Nur, dkk. (2024) bertujuan mendukung desa wisata dengan memberdayakan masyarakat untuk mengembangkan dan memasarkan produk lokal, sehingga meningkatkan pendapatan dan menarik wisatawan (Nur et al., 2024). Pelatihan memasarkan produk ke media sosial yang dilakukan oleh Ratnaningtyas, dkk. (2022) menginspirasi kegiatan PKM ini, dimana pelaku wirausaha diberikan pelatihan untuk mempromosikan produk makanan dan minuman pada platform digital di media sosial sehingga meningkatkan visibilitas, dan menarik lebih banyak pengunjung ke destinasi wisata selain melihat atraksi wisata, para pengunjung dapat menikmati makanan dan minuman (Ratnaningtyas et al., 2022).

Dari sisi sosial ekonomi, sebagian besar mitra belum memiliki pengalaman formal dalam berwirausaha dan belum pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan. Penelitian sebelumnya oleh Cahyana, Cucu, dkk. (2025) menegaskan bahwa peningkatan kapasitas kewirausahaan perempuan, khususnya ibu rumah tangga, berperan penting dalam meningkatkan pendapatan keluarga dan ketahanan ekonomi lokal (Cahyana, Artanti, Kandriasari, & Yulianti, 2025). Oleh karena itu, diperlukan intervensi berupa pelatihan wirausaha yang aplikatif dan kontekstual melalui panduan perhitungan harga jual dan promosi produk oleh-oleh pangan berbahan mangga.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan ibu rumah tangga di Desa Bulak dalam mengembangkan usaha pangan berbahan mangga secara mandiri dan berkelanjutan. Tujuan khusus kegiatan meliputi: (1) meningkatkan pemahaman mitra tentang konsep dasar kewirausahaan pangan lokal; (2) membekali mitra dengan panduan praktis perhitungan harga jual produk yang akurat dan menguntungkan; (3) meningkatkan kemampuan mitra dalam promosi produk oleh-oleh berbasis potensi lokal; serta (4) mendorong terbentuknya produk oleh-oleh khas mangga Desa Bulak yang memiliki identitas dan daya saing.

2. TINJAUAN LITERATUR (*Literature Review)*

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjudul "*Penguatan Kapasitas Wirausaha Melalui Literasi Harga Jual Dan Strategi Promosi Produk Oleh-Oleh Berbasis Mangga Untuk Mendukung Sdgs 8 Dan 12 Di Desa Bulak, Indramayu"* didukung oleh hasil riset dan pengalaman keilmuan tim pengusul yang relevan pada bidang kewirausahaan pangan, pengolahan hasil pertanian, manajemen usaha kecil, serta promosi produk berbasis masyarakat.

Tim PkM yang terdiri atas Cucu Cahyana, Guspri Devi Artanti, Annis Kandriasari, dan Yeni Yulianti memiliki rekam jejak riset dan pengabdian yang saling melengkapi. Beberapa hasil riset tim sebelumnya menunjukkan bahwa usaha pangan skala rumah tangga di wilayah pedesaan memiliki potensi ekonomi yang tinggi apabila didukung oleh peningkatan kapasitas produksi, kemampuan penentuan harga jual, dan strategi promosi yang tepat (ARTANTI et al., 2023; Cahyana, Artanti, Kandriasari, & Yulianti, 2025; Cahyana & Singa, 2022; Cahyana & Singamurni, 2023; Dahlia & Cahyana, 2021; Putri Diajengsari et al., 2023; Sachriani et al.,

2022; Yulianti, Sachriani, et al., 2025a, 2025b). Namun demikian, riset tim juga mengidentifikasi bahwa kelemahan utama pelaku usaha rumah tangga terletak pada rendahnya pemahaman perhitungan biaya produksi dan minimnya kemampuan pemasaran produk secara efektif.

Hasil penelitian tim di bidang kewirausahaan dan ekonomi kreatif pangan menunjukkan bahwa pelatihan perhitungan harga jual berbasis biaya produksi (harga pokok produksi) mampu meningkatkan kesadaran pelaku usaha terhadap nilai ekonomi produknya serta mendorong pengambilan keputusan usaha yang lebih rasional. Selain itu, riset tim terkait produk pangan lokal dan oleh-oleh khas daerah menegaskan bahwa komoditas musiman seperti mangga dapat diolah menjadi produk bernilai tambah tinggi dan berdaya saing apabila dikemas dengan konsep oleh-oleh dan didukung promosi yang tepat (ARTANTI et al., 2023; Artanti & Mariani, 2022; Cahyana, Artanti, Kandriasari, & Yulianti, 2025; Cahyana, Artanti, Kandriasari, Yulianti, et al., 2025; Cahyana & Singa, 2022; Dahlia & Cahyana, 2021).

Pada aspek promosi dan pemasaran, riset dan pengalaman pengabdian tim menunjukkan bahwa penggunaan media promosi sederhana berbasis digital (seperti WhatsApp dan media sosial) efektif diterapkan pada kelompok ibu rumah tangga, karena mudah diakses dan tidak memerlukan biaya besar. Pendekatan promosi yang disertai panduan praktis dan contoh konten terbukti mampu meningkatkan kepercayaan diri mitra dalam memasarkan produk mereka (Cahyana, Artanti, Kandriasari, Yulianti, et al., 2025; Kandriasari et al., 2023; Putri Diajengsari et al., 2023; Sabrina et al., 2025; Yulianti, Artanti, et al., 2025; Yulianti et al., 2023).

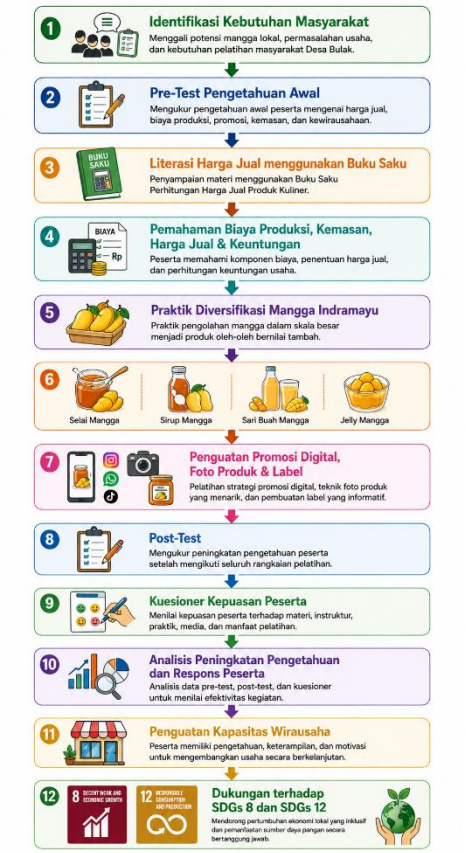
Lebih lanjut, hasil kajian tim dalam beberapa kegiatan pengabdian sebelumnya menekankan pentingnya panduan tertulis yang aplikatif sebagai media pendamping pelatihan. Modul atau panduan sederhana mengenai perhitungan harga jual dan promosi produk terbukti membantu mitra dalam menerapkan materi pelatihan secara mandiri dan berkelanjutan setelah kegiatan PkM selesai.

Berdasarkan hasil-hasil riset tersebut, kegiatan PkM ini dirancang tidak hanya sebagai pelatihan sesaat, tetapi sebagai upaya transfer pengetahuan berbasis hasil riset yang kontekstual dengan kebutuhan ibu rumah tangga di Desa Bulak, Indramayu. Integrasi antara hasil riset tim dan kegiatan pengabdian diharapkan memberikan nilai tambah berupa peningkatan kapasitas wirausaha, kemandirian ekonomi keluarga, serta penguatan produk oleh-oleh pangan berbahan mangga sebagai potensi unggulan lokal.

3. METODE PELAKSANAAN (*Materials and Method)*

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada 25 Juli 2026 di Aula Kantor Desa Bulak, Kecamatan Jatibarang, Kabupaten Indramayu, Jawa Barat, dengan pendekatan edukatif-partisipatif melalui pelatihan, demonstrasi, praktik, dan evaluasi. Tahapan kegiatan meliputi *pre-test*, literasi harga jual menggunakan Buku Saku Perhitungan Harga Jual Produk Kuliner, praktik diversifikasi mangga Indramayu menjadi selai, sirup, sari buah, dan *jelly* mangga dalam skala besar, penguatan strategi promosi digital, *post-test*, dan evaluasi kepuasan peserta. *Pre-test* dan *post-test* menggunakan 10 pernyataan benar-salah yang mengukur pemahaman mengenai harga jual, biaya produksi dan kemasan, inovasi produk mangga, produk oleh-oleh, promosi digital, buku saku, keuntungan, dan label produk. Kuesioner kepuasan menggunakan skala *Likert* 1–5 dengan 10 indikator terkait relevansi materi, kejelasan penyampaian, kompetensi instruktur, praktik, buku saku/katalog digital, harga jual, promosi digital, motivasi, manfaat usaha, dan kesiapan penerapan. Data dianalisis secara deskriptif kuantitatif melalui rata-rata, persentase, dan *N-Gain* untuk mengetahui peningkatan pengetahuan peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Hasil evaluasi digunakan untuk menilai efektivitas kegiatan dalam memperkuat kapasitas kewirausahaan dan kontribusinya terhadap SDGs 8 dan SDGs 12. Secara keseluruhan, metode pelaksanaan dapat dirumuskan dalam alur

berikut:



Gambar 1. Alur Metode Pelaksanaan
Sumber: Hasil Pengolahan Data Pelatihan modifikasi Integrasi AI (ChatGPTScholar)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN (*Results and Discussion)*

A. Pelaksanaan Kegiatan Penguatan Kapasitas Wirausaha

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Penguatan Kapasitas Wirausaha melalui Literasi Harga Jual dan Strategi Promosi Produk Oleh-Oleh Berbasis Mangga untuk Mendukung SDGs 8 dan 12 di Desa Bulak, Indramayu" dilaksanakan pada 25 Juli 2026 bertempat di Aula Kantor Desa Bulak, Kecamatan Jatibarang, Kabupaten Indramayu, Jawa Barat. Kegiatan dirancang dengan pendekatan edukatif dan partisipatif melalui pemberian materi, penggunaan Buku Saku Perhitungan Harga Jual Produk Kuliner, praktik diversifikasi produk, penguatan promosi, serta evaluasi melalui *pre-test, post-test*, dan kuesioner kepuasan peserta.



Gambar 2. Buku Saku Perhitungan Harga Jual Produk Kuliner

Instrumen evaluasi yang digunakan terdiri atas 10 pernyataan pre-test dan post-test dengan pilihan jawaban benar atau salah. Pernyataan tersebut mencakup pemahaman mengenai daya tarik foto produk, perhitungan harga jual berdasarkan biaya produksi, biaya kemasan, inovasi produk mangga, potensi produk oleh-oleh, promosi digital, penggunaan buku saku, keuntungan usaha, dan label produk.

Pada kegiatan praktik, potensi mangga Indramayu dikembangkan menjadi beberapa variasi produk oleh-oleh dalam skala besar, yaitu selai mangga, sirup mangga, sari buah mangga, dan jelly mangga. Diversifikasi ini diarahkan untuk memperkenalkan alternatif pemanfaatan mangga selain dijual sebagai komoditas segar sekaligus meningkatkan nilai tambah ekonomi produk lokal.



Gambar 3. Pelaksanaan Pelatihan Variasi Produk Oleh-Oleh Berbahan Mangga Indramayu

B. Hasil Belajar Peserta Pelatihan

1. Peningkatan Pengetahuan dan Literasi Kewirausahaan Peserta

Berdasarkan data pada hasil pengetahuan peserta pelatihan kegiatan dari 20 peserta dengan 10 butir soal *pre-test* dan *post-test* sebagai berikut.

Tabel 1. Distribusi Nilai *Pre-Test* dan *Post-Test*

Rentang Nilai	*Pre-Test (f)*	*Pre-Test* (%)	*Post-Test (f)*	*Post-Test* (%)
60	5	25%	0	0%
70	8	40%	0	0%
80	3	15%	1	5%
90	2	10%	2	10%
100	2	10%	17	85%
Total	**20**	**100%**	**20**	**100%**

Hasil *pre-test* memperlihatkan bahwa tingkat pengetahuan awal peserta masih beragam. Dari 20 peserta, skor individu berada pada rentang 60–100, dengan nilai rata-rata sebesar 72,5. Sebagian besar peserta memperoleh skor 70, sementara terdapat peserta yang memperoleh skor 60, 80, 90, dan 100. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peserta pada dasarnya telah memiliki pengetahuan awal mengenai kewirausahaan dan pengembangan produk, tetapi pemahamannya belum merata. Data *pre-test* juga memperlihatkan bahwa beberapa aspek masih menjadi titik lemah, terutama pada pemahaman terkait biaya produksi dan kemasan, inovasi produk, serta strategi promosi.

Temuan tersebut menjadi dasar penting bagi pelaksanaan pelatihan. Pengetahuan tentang produk pangan lokal tidak cukup hanya diarahkan pada kemampuan menghasilkan produk, tetapi perlu diperluas pada kemampuan menghitung biaya dan menentukan harga jual secara rasional serta memasarkan produk secara efektif (Hilmawan et al., 2024). Dengan demikian, pelaku usaha tidak hanya berorientasi pada produksi, tetapi juga memiliki kemampuan dasar dalam mengelola aspek ekonomi dan pemasaran usaha.

2. Peningkatan Hasil Belajar setelah Pelatihan

Setelah pelaksanaan pelatihan, dilakukan *post-test* dengan instrumen yang sama. Hasil menunjukkan adanya peningkatan pemahaman yang sangat signifikan. Nilai rata-rata peserta meningkat dari 72,5 pada pre-test menjadi 98,0 pada post-test, atau mengalami peningkatan sebesar 25,5 poin.

Jika dihitung menggunakan formula *N-Gain*, diperoleh nilai:

N-Gain = (98,0 – 72,5) / (100 – 72,5) = 0,927

Nilai N-Gain sebesar 0,927 termasuk dalam kategori tinggi. Hasil ini juga konsisten dengan perhitungan yang tercantum pada dokumen instrumen, yaitu 0,92727 dengan kategori tinggi. Secara lebih rinci, hasil post-test menunjukkan bahwa 17 dari 20 peserta (85%) memperoleh nilai 100, sedangkan dua peserta memperoleh nilai 90 dan satu peserta memperoleh nilai 80. Dengan demikian, hampir seluruh peserta telah mencapai tingkat penguasaan materi yang sangat baik setelah mengikuti kegiatan.

Tabel 2. Perbandingan Hasil *Pre-Test* dan *Post-Test*

Indikator	Pre-Test	Post-Test
Jumlah peserta	20	20
Nilai terendah	60	80
Nilai tertinggi	100	100
Nilai rata-rata	**72,5**	**98,0**
Peningkatan rata-rata		**25,5 poin**
N-Gain		**0,927**
Kategori *N-Gain*		**Tinggi**

Hasil tersebut mengindikasikan bahwa pelatihan yang diberikan efektif dalam meningkatkan literasi kewirausahaan peserta. Peningkatan tidak hanya terlihat dari kenaikan rata-rata skor, tetapi juga dari semakin meratanya tingkat penguasaan materi. Jika pada *pre-test* masih terdapat peserta dengan skor 60, setelah kegiatan skor terendah meningkat menjadi 80. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan berhasil mengurangi kesenjangan pengetahuan awal antarpeserta (Putri Diajengsari et al., 2023; Subekti et al., 2022).

3. Penguatan Literasi Penentuan Harga Jual Produk

Salah satu aspek penting dalam kegiatan adalah pemahaman mengenai penentuan harga jual berdasarkan biaya produksi. Instrumen menempatkan biaya produksi dan biaya kemasan sebagai bagian penting dalam pengambilan keputusan harga jual. Pernyataan mengenai harga jual berdasarkan biaya produksi serta pentingnya memasukkan biaya kemasan secara eksplisit digunakan untuk mengukur pemahaman peserta (Artanti et al., 2026; Ratnaningtyas et al., 2022).

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa setelah mengikuti kegiatan, peserta mengalami peningkatan pemahaman yang sangat tinggi terhadap aspek tersebut. Hal ini penting karena kemampuan menentukan harga jual merupakan salah satu kompetensi dasar dalam pengelolaan usaha. Produk yang memiliki kualitas baik belum tentu menghasilkan keuntungan apabila harga jual ditetapkan tanpa memperhitungkan seluruh komponen biaya.

Literasi harga jual dalam kegiatan ini dapat dipahami sebagai kemampuan peserta untuk melihat hubungan antara biaya produksi, biaya kemasan, harga jual, dan keuntungan. Instrumen juga secara langsung mengukur pemahaman bahwa keuntungan usaha berasal dari selisih harga jual dan total biaya produksi (Cahyana, Artanti, Kandriasari, & Yulianti, 2025; Nur et al., 2024; Saputri et al., 2023).

Dengan demikian, kegiatan tidak sekadar memberikan pengetahuan matematis mengenai harga, tetapi mendorong perubahan cara berpikir peserta dari orientasi "produk dibuat dan dijual" menjadi "produk dibuat dengan perhitungan biaya dan strategi harga yang tepat." Perubahan perspektif ini merupakan bagian penting dari penguatan kapasitas kewirausahaan masyarakat.

4. Penguatan Nilai Tambah Produk Mangga Lokal

Potensi mangga sebagai bahan pangan lokal menjadi salah satu kekuatan utama yang dikembangkan dalam kegiatan. Instrumen mengukur pemahaman peserta mengenai inovasi produk berbahan mangga dan peluang pengembangannya menjadi produk oleh-oleh khas daerah. Pernyataan tersebut menempatkan mangga tidak hanya sebagai komoditas pertanian, tetapi sebagai bahan baku yang dapat dikembangkan menjadi produk dengan nilai tambah lebih tinggi.

Pemahaman mengenai diversifikasi tersebut menjadi penting dalam konteks Desa Bulak, Indramayu. Pengolahan mangga menjadi produk seperti selai, sirup, dan jelly membuka peluang untuk memperpanjang pemanfaatan komoditas sekaligus menghasilkan produk yang

lebih mudah dipasarkan sebagai oleh-oleh. Instrumen secara khusus mencantumkan ketiga bentuk produk tersebut sebagai contoh produk yang berpotensi dikembangkan menjadi oleh-oleh khas daerah.
Dari perspektif kewirausahaan, proses ini menghasilkan nilai tambah melalui perubahan bahan pangan lokal menjadi produk olahan yang memiliki karakteristik berbeda, daya simpan yang lebih panjang, serta peluang pemasaran yang lebih luas (Azisah et al., 2025; A. S. Gunawan & Cahayani, 2022; Yulianti, Artanti, et al., 2025). Oleh karena itu, pengembangan produk berbasis mangga dapat menjadi titik masuk bagi penguatan ekonomi lokal sekaligus pengembangan identitas produk pangan daerah.

5. Penguatan Strategi Promosi dan Pemasaran Digital

Selain aspek harga, kegiatan juga memberikan perhatian terhadap strategi promosi. Instrumen memasukkan aspek foto produk, promosi melalui media digital, dan label produk sebagai indikator literasi pemasaran. Ketiga aspek tersebut menunjukkan bahwa daya saing produk tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha mengomunikasikan nilai produk kepada konsumen (Dayar et al., 2024; Fitari et al., 2025; Yudhataruna & Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2025).
Pemahaman peserta mengenai foto produk menjadi penting karena visual merupakan salah satu unsur awal yang dapat menarik perhatian konsumen. Sementara itu, pemanfaatan media digital memberikan peluang bagi produk oleh-oleh berbasis mangga untuk menjangkau konsumen di luar lingkungan geografis Desa Bulak.
Hal tersebut memperlihatkan adanya keterkaitan antara kemampuan membuat produk → menentukan harga → mengemas dan memberi label → memvisualisasikan produk → mempromosikannya melalui media digital. Rangkaian kompetensi tersebut membentuk kapasitas kewirausahaan yang lebih utuh dibandingkan apabila pelatihan hanya berfokus pada keterampilan produksi.

6. Buku Saku sebagai Media Pendukung Literasi Kewirausahaan

Salah satu komponen yang dinilai dalam instrumen adalah penggunaan buku saku sebagai panduan dalam memahami langkah-langkah perhitungan harga jual. Penggunaan buku saku memiliki relevansi dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat karena pengetahuan yang diperoleh peserta tidak berhenti pada saat pelatihan berlangsung. Materi dapat digunakan kembali sebagai rujukan ketika peserta melakukan perhitungan biaya, menentukan harga produk, maupun mengembangkan usahanya (Cahyana, Artanti, Kandriasari, & Yulianti, 2025; Ratnaningtyas et al., 2022). Dengan demikian, buku saku berfungsi sebagai media transfer pengetahuan sekaligus alat bantu praktik. Kehadiran panduan tersebut juga mendukung keberlanjutan program karena peserta memiliki sumber belajar yang dapat digunakan secara mandiri setelah kegiatan selesai.

7. Keterkaitan Hasil Kegiatan dengan SDGs 8 dan SDGs 12

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas peserta memiliki relevansi langsung dengan Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya SDG 8 dan SDG 12.

a. SDG 8: *Decent Work and Economic Growth.*

Kegiatan mendukung SDG 8 melalui penguatan kapasitas kewirausahaan masyarakat. Peningkatan literasi harga jual, pemahaman biaya produksi, pengembangan produk, dan strategi promosi memberikan fondasi bagi peserta untuk mengelola aktivitas usaha secara lebih terencana.
Nilai N-Gain sebesar 0,927 menunjukkan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan penguasaan pengetahuan peserta secara tinggi. Peningkatan tersebut menjadi modal awal untuk mendorong masyarakat mengembangkan produk pangan lokal menjadi kegiatan ekonomi yang lebih

produktif. Kontribusi terhadap SDG 8 dalam konteks kegiatan ini dapat dirumuskan melalui alur (United Nation, 2015):
Peningkatan literasi kewirausahaan → kemampuan menghitung harga jual → pengelolaan usaha lebih rasional → peningkatan daya saing produk → peluang pengembangan usaha dan pertumbuhan ekonomi lokal.
Dengan demikian, penguatan kapasitas tidak hanya berdampak pada pengetahuan individual peserta, tetapi berpotensi mendukung terbentuknya aktivitas ekonomi berbasis potensi lokal.

b. **SDG 12: *Responsible Consumption and Production.***

Kegiatan juga memiliki keterkaitan dengan SDG 12, terutama melalui pemanfaatan dan peningkatan nilai tambah pangan lokal. Pengembangan produk berbasis mangga mendorong peserta untuk melihat komoditas lokal sebagai bahan baku yang dapat diolah menjadi berbagai produk bernilai ekonomi (United Nation, 2015). Diversifikasi menjadi selai, sirup, dan jelly mangga sebagaimana tercantum dalam instrumen memperlihatkan peluang pengembangan produk dari satu komoditas menjadi berbagai alternatif produk oleh-oleh.
Dalam konteks ini, SDG 12 tidak hanya dipahami sebagai isu produksi yang bertanggung jawab, tetapi juga sebagai upaya meningkatkan nilai guna dan nilai ekonomi bahan pangan lokal melalui pengolahan dan diversifikasi produk. Pendekatan tersebut dapat mendorong masyarakat untuk tidak berhenti pada penjualan mangga sebagai bahan mentah, tetapi mengembangkan produk olahan yang memiliki nilai tambah.

8. Pembahasan Integratif: Penguatan Kapasitas dari Pengetahuan menuju Kesiapan Berwirausaha

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi kewirausahaan masyarakat Desa Bulak. Peningkatan nilai rata-rata dari 72,5 menjadi 98,0 dan N-Gain sebesar 0,927 kategori tinggi menunjukkan bahwa intervensi pembelajaran mampu meningkatkan pemahaman peserta secara substansial. Hal yang menarik adalah bahwa peningkatan tersebut mencakup beberapa dimensi yang saling berhubungan, yaitu:



Gambar 4. Keterkaitan Penguatan Kapasitas dari Pengetahuan menuju Kesiapan Berwirausaha dengan SDGs

Sumber: Hasil Pengolahan Data Pelatihan modifikasi Integrasi AI (ChatGPTScholar)

Dengan demikian, hasil kegiatan tidak tepat jika hanya dipahami sebagai peningkatan skor pengetahuan. Lebih luas, kegiatan telah membangun fondasi kapasitas kewirausahaan yang

menghubungkan aspek produksi, penetapan harga, nilai tambah, *branding*, dan pemasaran (Effendy et al., 2025; Lusiana Rahmawati & Maharani Ikaningtyas, 2023; Nurbasari et al., 2026).

Namun demikian, hasil yang tersedia dalam instrumen terutama menunjukkan peningkatan pengetahuan/literasi, sehingga belum dapat secara langsung disimpulkan bahwa kegiatan telah meningkatkan omzet, laba, jumlah penjualan, atau keberlanjutan usaha peserta. Untuk menguatkan klaim dampak ekonomi pada penelitian berikutnya, evaluasi dapat dilanjutkan dengan indikator seperti perubahan harga jual, margin keuntungan, jumlah produk yang terjual, frekuensi promosi digital, jangkauan konsumen, dan perkembangan pendapatan usaha.

C. Hasil Kepuasan Peserta Pelatihan

1. Hasil Evaluasi Kepuasan Peserta terhadap Pelaksanaan Pelatihan

Evaluasi kepuasan peserta dilakukan untuk mengetahui respons peserta terhadap pelaksanaan program penguatan kapasitas wirausaha melalui literasi harga jual dan strategi promosi produk oleh-oleh berbasis mangga. Instrumen evaluasi terdiri atas 10 pernyataan dengan skala Likert 1–5, yaitu 5 = sangat setuju, 4 = setuju, 3 = cukup setuju, 2 = tidak setuju, dan 1 = sangat tidak setuju. Aspek yang dievaluasi mencakup relevansi materi, kualitas penyampaian, kompetensi instruktur, kemudahan praktik, kebermanfaatan buku saku/katalog digital, pemahaman harga jual, kemampuan promosi digital, motivasi berwirausaha, manfaat pelatihan terhadap usaha, serta kesediaan peserta menerapkan pengetahuan yang diperoleh.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa respons peserta terhadap kegiatan secara keseluruhan berada pada tingkat yang tinggi. Rata-rata keseluruhan dari 10 indikator mencapai 4,66 dari skala maksimum 5, atau setara dengan 93,2% dari skor maksimum. Temuan ini menunjukkan bahwa program tidak hanya dapat diterima oleh peserta, tetapi juga dinilai relevan dan bermanfaat dalam mendukung kebutuhan mereka terkait pengembangan usaha.

Tabel 3. Hasil Evaluasi Kepuasan Peserta terhadap Pelaksanaan Pelatihan

No.	Indikator Penilaian	Rata-rat	Persentase Skor Maksimum
1	Materi pelatihan sesuai dengan kebutuha peserta	**4,55**	91,0%
2	Materi disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami	**4,65**	93,0%
3	Instruktur menguasai materi pelatihan dengan baik	**4,70**	94,0%
4	Praktik pembuatan produk mudah diikuti	**4,55**	91,0%
5	Buku saku/katalog digital membantu memahami materi	**4,80**	96,0%
6	Peserta memahami cara menghitung harga jual produk	**4,65**	93,0%
7	Peserta memahami cara mempromosikan produk secara digital	**4,60**	92,0%
8	Pelatihan meningkatkan motivasi untuk berwirausaha	**4,65**	93,0%
9	Pelatihan bermanfaat untuk meningkatkan usaha	**4,70**	94,0%
10	Peserta bersedia menerapkan ilmu dalam usaha	**4,75**	95,0%
Rata-rata keseluruhan		**4,66**	**93,2%**

Sumber: Hasil pengolahan Kuesioner Kepuasan Peserta Pelatihan.

Berdasarkan Tabel 3, seluruh indikator memperoleh skor rata-rata di atas 4,50, dengan skor tertinggi sebesar 4,80 pada indikator kebermanfaatan buku saku/katalog digital. Skor terendah sebesar 4,55 terdapat pada kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta dan kemudahan praktik pembuatan produk. Meskipun menjadi skor terendah, nilai tersebut tetap menunjukkan respons yang sangat positif terhadap kedua aspek tersebut.
Temuan ini memperlihatkan bahwa peserta tidak hanya memberikan respons positif terhadap substansi materi, tetapi juga terhadap media pendukung dan pendekatan pembelajaran yang digunakan selama kegiatan.

2. Manfaat Pelatihan terhadap Pengembangan Usaha
Pernyataan mengenai manfaat pelatihan untuk meningkatkan usaha memperoleh skor rata-rata 4,70 atau 94% dari skor maksimum. Hasil ini menunjukkan bahwa peserta memandang materi yang diberikan memiliki relevansi dengan pengembangan aktivitas usaha mereka. Nilai tersebut memperkuat temuan pada indikator lain, khususnya pemahaman harga jual dan promosi digital.
Dari perspektif pemberdayaan masyarakat, hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan telah menyentuh aspek yang dibutuhkan untuk membangun kapasitas usaha, yaitu kemampuan mengelola nilai ekonomi produk dan kemampuan memasarkannya (Fathoni & Khoiriyah, 2023; Haerusman et al., 2025; Saputri et al., 2023). Pengembangan produk berbasis mangga juga memiliki peluang untuk meningkatkan nilai tambah komoditas lokal. Produk yang semula dijual dalam bentuk bahan pangan dapat dikembangkan menjadi produk oleh-oleh yang memiliki identitas, kemasan, harga jual, dan strategi promosi yang lebih terarah.

3. Model Penguatan Kapasitas Wirausaha
Berdasarkan keseluruhan hasil evaluasi, kegiatan dapat dirumuskan sebagai model penguatan kapasitas wirausaha yang mengintegrasikan literasi, praktik, media digital, dan orientasi penerapan.



Gambar 5. Kontribusi Kegiatan Pelatihan dengan SDGS 8 dan 12
Sumber: Hasil Pengolahan Data Pelatihan Modifikasi Integrasi AI (ChatGPTScholar)

Model tersebut diperkuat oleh hasil evaluasi kepuasan peserta. Skor tinggi pada penggunaan buku saku/katalog digital (4,80), pemahaman harga jual (4,65), promosi digital (4,60), manfaat pelatihan bagi usaha (4,70), serta kesediaan menerapkan ilmu (4,75) menunjukkan bahwa komponen literasi, media, dan orientasi penerapan saling mendukung.

D. Temuan Utama dan Implikasi

Secara keseluruhan, rata-rata skor kepuasan peserta sebesar 4,66 dari 5 menunjukkan respons yang sangat positif terhadap program. Indikator dengan skor tertinggi adalah kebermanfaatan buku saku/katalog digital (4,80), diikuti kesediaan menerapkan ilmu dalam usaha (4,75) serta penguasaan materi oleh instruktur dan manfaat pelatihan bagi usaha (masing-masing 4,70). Temuan ini memberikan tiga implikasi utama.

Pertama, dari aspek pedagogis, penggunaan media pendukung berupa buku saku/katalog digital dapat memperkuat pemahaman peserta terhadap materi.

Kedua, dari aspek kewirausahaan, literasi harga jual dan promosi digital dipersepsikan relevan dengan kebutuhan pengembangan usaha peserta.

Ketiga, dari aspek keberlanjutan, tingginya skor kesediaan peserta untuk menerapkan ilmu (4,75) menjadi indikasi awal adanya potensi keberlanjutan program. Namun, keberlanjutan tersebut masih perlu dibuktikan melalui monitoring pascapelatihan untuk melihat penerapan aktual dalam usaha.

Tabel 5. Ringkasan Temuan dan Kontribusi terhadap SDGs

Temuan Kegiatan	Skor Rata-rata	Implikasi
Kesesuaian materi dengan kebutuhan	4,55	Materi relevan dengan kebutuhan peserta
Kejelasan penyampaian	4,65	Transfer pengetahuan berjalan baik
Penguasaan instruktur	4,70	Kompetensi instruktur mendukung pembelajaran
Kemudahan praktik	4,55	Praktik relatif mudah diikuti
Buku saku/katalog digital	4,80	Media mendukung pemahaman
Pemahaman harga jual	4,65	Literasi ekonomi usaha meningkat
Promosi digital	4,60	Kapasitas pemasaran diperkuat
Motivasi berwirausaha	4,65	Motivasi kewirausahaan meningkat
Manfaat bagi usaha	4,70	Materi dipandang relevan bagi pengembanga usaha
Kesediaan menerapkan ilmu	4,75	Potensi keberlanjutan penerapan tinggi
Rata-rata keseluruhan	**4,66**	**Respons peserta sangat positif**

Sumber: Pengolahan data kuesioner kepuasan peserta.

5. KESIMPULAN *(Conlusions)*

Secara keseluruhan, kegiatan menunjukkan bahwa integrasi literasi harga jual, diversifikasi produk pangan lokal, dan strategi promosi digital merupakan pendekatan potensial dalam memperkuat kapasitas wirausaha masyarakat. Pemanfaatan mangga Indramayu menjadi produk oleh-oleh bernilai tambah juga mendukung pengembangan ekonomi lokal dan selaras dengan SDGs 8 melalui penguatan kapasitas dan peluang usaha masyarakat serta SDGs 12 melalui pemanfaatan dan diversifikasi pangan lokal menjadi produk bernilai tambah. Namun, dampak terhadap peningkatan omzet, keuntungan, dan keberlanjutan usaha belum dapat disimpulkan karena belum diukur secara langsung. Oleh karena itu, monitoring pascapelatihan diperlukan untuk mengukur keberlanjutan penerapan pengetahuan dan dampak ekonomi kegiatan.

6. DAFTAR PUSTAKA (*Reference)*

Artanti, G. D., Cahyana, C. U. C. U., & Fadiati, A. R. I. (2023). Analysis of Food Consumption Patterns as a Step for Mapping Future Food Needs Based on the Potential of Local Food. *Future of Food: Journal on Food, Agriculture and Society*, *11*(3), 1–9. https://doi.org/10.17170/kobra-202210056948

Artanti, G. D., & Mariani, M. (2022). Pelatihan Inovasi Pembuatan Kue Tradisional Berbahan Dasar Singkong Bagi Ibu Rumah Tangga Sebagai Upaya Meningkatkan Penghasilan Keluarga. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, *6*(3), 826–838. https://doi.org/10.29407/ja.v6i3.16747

Artanti, G. D., Yulianti, Y., Maulida, A. F., Putri, D. A. K., & Ghaisani, N. (2026). Peningkatan Jiwa Foodpreneur Remaja Melalui Pelatihan Olahan Ikan Bandeng Berbasis Video Edukasi Muara Gembong. *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, *8*(1), 188–198. https://doi.org/10.33480/abdimas.v8i1.7519

Azisah, A., Umar, R., Ass, S. B., Khaliq, A., & Rakkang, Y. (2025). Peningkatan Motivasi Wirausaha Berbasis Potensi Lokal Di Desa Bontomate'ne Kecamatan Mandai Kabupaten Maros. *Jurnal Abdi Insani*, *12*(2), 463–473. https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i2.2277

BPS, S. P. H. S. (2024). *Produksi Buah Mangga Menurut Kecamatan di Kabupaten Indramayu (Kuintal) tahun 2021- 2023*.

Cahyana, C., Artanti, G. D., Kandriasari, A., & Yulianti, Y. (2025). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga melalui Pelatihan Pembuatan Olahan Mangga untuk Buah Tangan Khas Desa Bulak Indramayu. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat 2025 (SNPPM-2025)*, *6*(1), 22–37. https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/snppm/article/view/61024

Cahyana, C., Artanti, G. D., Kandriasari, A., Yulianti, Y., Studi, P., Kuliner, S., Pengelolaan, D., Makanan, J., & Teknik, F. (2025). Development of Flipbook Media for Producing Various Processed Products Made from Indramayu Mango to Improve Community Entrepreneurial Skills. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *11*(9.C), 20–29. https://doi.org/https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/11557

Cahyana, C., & Singa, I. G. A. N. (2022). Peningkatan Pengetahuan, Tingkat Kepuasan dan Daya Terima Produk Peserta Pada Pelatihan Pembuatan Produk Roti Gulung Berbahan Dasar Nanas. *Sarwahita*, *19*(01), 119–132. https://doi.org/10.21009/sarwahita.191.11

Cahyana, C., & Singamurni, I. G. A. N. (2023). Pelatihan Pembuatan Snack Sehat Berbahan Singkong Dengan Tambahan Ikan Pada Ibu Rumah Tangga Di Desa Pantai Mekar, Kecamatan Muara Gembong Bekasi. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat 2023 (SNPPM-2023)*, 147–158. https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/snppm/article/view/39876

Chinonso, B. O., Chidimma, F. A., & Joshua, O. (2025). Exploring pricing strategies and their impact on financial performance of SMEs in Nigeria. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, *27*(2), 1281–1287. https://doi.org/10.30574/wjarr.2025.27.2.2922

Dahlia, M., & Cahyana, C. (2021). Developing Cassava Based Frozen Products to Increase Housewife's Income in Benda Baru Village, South Tangerang. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, *5*(1), 47–60. https://doi.org/10.21009/JPMM.005.1.4

Dayar, M. B., Aulia Daisy Arsy Syafitri, Thalia Damayanti, Ivan Mahendra Wirapradipta, Hafifah Isma Ningrum B., & Jerin Amelia Margaretha. (2024). Digitalisasi Marketing UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Pangan Lokal Desa Mendukung Ketahanan Pangan. *International Journal of Community Service Learning*, *8*(4), 455–

466. https://doi.org/10.23887/ijcsl.v8i4.84705

Diman, B., Mahendra, T., Sari, Y., Gustiva, U., Bisnis, A., Ekonomi, F., Tinggi Ilmu Administrasi Pelita Nusantara, S., & Raya, N. (2025). Pengembangan Umkm Berbasis Potensi Lokal Di Gampong Guhang Untuk Meningkatkan Perekonomian Desa. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, *1*(2), 41–49. https://jurnal.stiapen.ac.id/index.php/jppm/article/view/22

dinaskominfo.indramayukab.go.id. (2021, October 21). *Bupati Nina Agustina Berharap Mangga Indramayu Dapat Menjadi Kekuatan Ekonomi Masyarakat Indramayu*. Https://Dinaskominfo.Indramayukab.Go.Id/Berita/Detail/Bupati-Nina-Agustina-Berharap-Mangga-Indramayu-Dapat-Menjadi-Kekuatan-Ekonomi-Masyarakat-Indramayu .

Effendy, V. A., Lipur Sugiyanta, Ali Idrus, Fuad Mumtas, Rauhil Fahmi, & Deni Utama. (2025). Pengenalan Digital marketing untuk Produk Desa dalam Mendorong Inovasi Bisnis Masyarakat Lokal di Desa Singasari, Jonggol. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, *5*(3), 569–568. https://doi.org/10.55606/kreatif.v5i3.8386

Fathoni, M. I. A., & Khoiriyah, S. (2023). Pemanfaatan Media Digital dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Desa Prayungan dengan Metode ABCD (Asset Based Community Development). *Jurnal SOLMA*, *12*(3), 1237–1246. https://doi.org/10.22236/solma.v12i3.12846

Fitari, T., Herlissha, N., & Bahri, A. (2025). Digitalisasi UMKM : Pemanfaatan Media Digital pada UMKM Desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, *2*(6), 100–104. https://doi.org/10.62017/jpmi

Gunawan, A. S., & Cahayani, A. (2022). Analisis Entrepreneurial Characteristics Bagi Keberlangsungan Bisnis di Era Pandemi Covid-19 Pada Wirausahawan UMKM Ekonomi Kreatif di Jakarta. *Jurnal Serasi*, *20*(1), 41. https://doi.org/10.36080/js.v20i1.1833

Gunawan, I., Jaka Mulyana, I., Trihastuti, D., Retno, D., Dewi, S., Sianto, M. E., & Khangara, S. G. (2024). Penyuluhan Standardisasi Proses Pengolahan Pangan untuk Pelaku UMKM di Kediri. *Jurnal ADIPATI*, *03*(01), 8–13. https://doi.org/https://doi.org/10.31284/j.adipati.2024.v3i1.5334

Haerusman, A., Nulhakiem, A. N., & Ernah. (2025). Peningkatan Daya Saing Usahatani Mangga melalui Pengembangan Produk Turunan Berorientasi Ekspor. *Scientificum Journal*, *2*(5), 60–71. https://doi.org/https://doi.org/10.37985/sj.v2i5.57

Hilmawan, T., Azie, M. N. A., & Waicaksono, A. (2024). Mengurai Kompleksitas Harga Pokok Produksi: Pendekatan Full Costing untuk Efisiensi Harga Jual. *NEMR: Nusantara Entrepreneurship and Management Review*, *2*(1), 7–17. https://doi.org/https://doi.org/10.55732/nemr.v1i2.1178

Kandriasari, A., Yulianti, Y., Sachriani, & Jarudin. (2023). Mobile Learning American Service as Digital Literacy in Improving Students' Analytical Skills. *Journal of Advanced Research in Applied Sciences and Engineering Technology*, *31*(2), 184–196. https://doi.org/10.37934/araset.31.2.184196

Lusiana Rahmawati, & Maharani Ikaningtyas. (2023). Penerapan Digital Marketing Untuk Mendukung UMKM Segigit Snack Di Kebumen. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, *1*(3), 63–71. https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v1i3.310

Nur, M., Hamida, L., Hamid, A., & Tinggi Ilmu Ekonomi Enam Enam Kendari, S. (2024). Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Produk Lokal Untuk Dukungan Desa Wisata Di Kabupaten Konawe Utara. *Communnity Development Journal*, *5*(2), 2901–2907. https://doi.org/https://doi.org/10.31004/cdj.v5i2.26616

Nurbasari, A., Machmud, A., Aribowo, A., & Megawati, S. (2026). Digital Entrepreneurial Marketing and Industrial Transformation: Evidence from Food and Beverage Small and

Medium Industries in Indonesia toward Sustainable Development Goals (SDGs). *Indonesian Journal of Science and Technology*, *11*(2), 217–232. https://doi.org/10.17509/ijost.v11i2.89774

Putri Diajengsari, A., Devi Artanti, G., & Cahyana, C. (2023). Efektivitas Media Pelatihan Flipbook Digital Variasi Roti Manis Terhadap Hasil Pengetahuan Peserta Pelatihan. *Journal Syntax Idea*, *5*(7), 740–746. https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i7.2419

Rasmikayati, E., Sulistyowati, L., & Saefudin, B. R. (2017). Risiko Produksi Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Petani Mangga: Kelompok Mana Yang Paling Berisiko. *MIMBAR AGRIBISNIS: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, *3*(2), 105–116. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25157/ma.v3i2.564

Ratnaningtyas, H., Catelya Dira Oktavia, R., Swantari, A., & Herienda, F. (2022). Pelatihan Memasarkan Produk Ke Media Sosial untuk Pelaku Wirausaha Destinasi Wisata Danau Cipondoh. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardhi*, *2*(2), 81–88. https://doi.org/https://doi.org/10.52352/makardhi.v2i2.944

Sabrina, F., Yulianti, Y., & Cahyana, C. (2025). Pengembangan Media Flipbook Digital Materi Mocktail. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* , *11*(2.D), 101–117. https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/9909

Sachriani, Cahyana, C., & Gusti Ayu Ngurah, I. (2022). Pelatihan Pembuatan Nugget Ikan Dan Udang Bagi Ibu Rumah Tangga Di Kawasan Pesisir Sebagai Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga. *Amal Ilmiah : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(1), 15–22. https://doi.org/10.36709/amalilmiah.v4i1.24

Saputri, R. K., Rachmawati, U., Ningrum, I. K., Sari, N. A., & Mutiani, T. (2023). Pelatihan Pengolahan dan Analisis Usaha Mangga Kering (Dried Mango) di Desa Sumberagung Kecamatan Banjarejo Kabupaten Blora. *Journal of Research Applications in Community Service*, *2*(1), 9–14. https://doi.org/10.32665/jarcoms.v2i1.1337

Subekti, P., Hafiar, H., Prastowo, F. A. A., & Masrina, D. (2022). Pemberdayaan Generasi Muda Melalui Pengenalan dan Pelatihan Kewirausahaan di Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, *2*(2), 131–136. https://doi.org/10.52436/1.jpmi.408

Tanjung, D. P., & Hasanah, U. (2024). Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Hamparan Perak. *JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA*, *1*(8), 3152–3156. https://jicnusantara.com/index.php/jiic

United Nation. (2015). *Transforming Our World: The 2030 Agenda For Sustainable Development*. https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld/publication

Wijayanto, G., Arjang, Subroto, D. E., Merakati, I., Pertiwi, T. P., & Hita, I. P. A. D. (2025). Peran Inovasi Produk Dan Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Penjualan Umkm Kuliner Tradisional. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, *8*(1), 3602–3607. https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jrpp.v8i1.43766

Yudhataruna, D., & Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, U. (2025). Pelatihan Pengolahan Bahan Pangan Dan Digitalisasi Produk Potensi Desa Ngulan Kulon Pogalan Trenggalek. *Cahaya Pengabdian*, *2*(1), 119–127. https://doi.org/https://doi.org/10.61971/cp.v2i1.230

Yuliana, S. I., & Azmi, M. R. (2025). Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Produk UMKM Yang Tidak Bersertifikat SNI dan BPOM Consumer Legal Protection for MSME Products Not Certified by SNI and BPOM. *Jurnal USM Law Review*, *8*(2), 639–655. https://doi.org/https://doi.org/10.26623/julr.v8i2.11064

Yulianti, Y., Artanti, G. D., Putri, D. A. K., & Sabrina, F. Z. N. (2025). Pemanfaatan Media Flipchart Variasi Olahan Ikan Bandeng Dan Udang Untuk Menumbuhkan Wirausaha Bidang Boga (Foodpreneur) Pada Remaja. *Abdimas Altruis: Jurnal Pengabdian Kepada*

Masyarakat, *8*(1), 13–20. https://doi.org/10.24071/aa.v8i1.9627

Yulianti, Y., Kandriasari, A., Artanti, G. D., & Dwiyanti, V. (2023). Digital Literacy in Learning Media in the Vocational Education of Serving Dishes. *JPI (Jurnal Pendidikan Indonesia)*, *12*(3), 594–606. https://doi.org/10.23887/jpiundiksha.v12i3.61399

Yulianti, Y., Sachriani, & Setiati, Y. (2025a). Pemberdayaan Masyarakat Desa Jampang, Kabupaten Bogor melalui Pelatihan Pembuatan Diversifikasi Jamur Crispy Tepung Bumbu dan Rendang Jamur Tiram. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Fakultas Teknik : Jurnal Abditek*, *5*(02), 24–40. https://doi.org/10.21009/abditek.052.03

Yulianti, Y., Sachriani, & Setiati, Y. (2025b). Pemberdayaan Masyarakat Desa Jampang, Kabupaten Bogor melalui Pelatihan Pembuatan Diversifikasi Jamur Crispy Tepung Bumbu dan Rendang Jamur Tiram. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Fakultas Teknik : Jurnal Abditek*, *5*(02), 24–40. https://doi.org/10.21009/abditek.052.03