

## Pemberdayaan Kelompok Usaha Aren di Desa Alu melalui Pelatihan Pemasaran dan Pengembangan E-Katalog Produk

Musyrifah<sup>1</sup>, Asmawati Saal<sup>2</sup>, Sufyan Amirullah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Sulawesi Barat

<sup>1</sup>musyrifah@unsulbar.ac.id

*Received: 11 November 2024; Revised: 28 November 2024; Accepted: 22 Desember 2024*

### **Abstract**

*The Tappa Meppusu business group in Alu Village, Polewali Mandar, West Sulawesi, is engaged in sugar palm production. Currently, they face several challenges, including limited product variety, traditional packaging methods, and a lack of branding and certification. To address these issues, this community service program aims to enhance the group's marketing capabilities through digital marketing training and the development of a web-based e-catalog as a broader online promotional tool. The program was implemented in six stages: socialization, brand development assistance, training, e-catalog development, mentoring and evaluation, and the establishment of a management team. The results show that the members were able to increase their product range to three types (block, liquid, and crystal), boost production capacity, and create more attractive and practical packaging. Additionally, the members successfully conducted online marketing through social media and websites, leading to expanded market reach and increased product sales.*

**Keywords:** *sugar palm; e-catalog; digital marketing; product diversification; community empowerment*

### **Abstrak**

Kelompok usaha Tappa Meppusu di Desa Alu, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat, bergerak dalam produksi gula aren. Saat ini, mereka menghadapi beberapa tantangan, termasuk keterbatasan variasi produk, metode pengemasan tradisional, serta kurangnya branding dan sertifikasi. Untuk mengatasi masalah ini, program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran kelompok melalui pelatihan pemasaran digital dan pengembangan e-katalog berbasis web sebagai media promosi online yang lebih luas. Metode pelaksanaan pengabdian dilakukan dalam enam tahapan, yaitu sosialisasi, pendampingan merek dagang, pelatihan, pengembangan e-katalog produk, pendampingan dan evaluasi, serta pembentukan tim pengelola. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa anggota mitra dapat meningkatkan jumlah produk menjadi tiga jenis, meningkatkan kapasitas produksi, serta membuat kemasan yang lebih menarik dan praktis. Selain itu, anggota mitra juga berhasil melakukan pemasaran online melalui media sosial dan website, yang berdampak pada perluasan pasar dan peningkatan penjualan produk.

**Kata Kunci:** gula aren; e-katalog; pemasaran digital; diversifikasi produk; pemberdayaan masyarakat

# Pemberdayaan Kelompok Usaha Aren di Desa Alu melalui Pelatihan Pemasaran dan Pengembangan E-Katalog Produk

Musyrifah, Asmawati Saal, Sufyan Amirullah

## A. PENDAHULUAN

Industri pengolahan gula aren merupakan satu dari enam industri unggulan di Sulawesi Barat yang menjadi prioritas pengembangan Pemerintah Provinsi Sulawesi Barat seperti yang disebutkan dalam Peraturan Daerah Provinsi Sulawesi Barat Nomor 3 Tahun 2021 tentang Rencana Pembangunan Industri Provinsi Sulawesi Barat Tahun 2020-2040 (Provinsi Sulawesi Barat, 2021). Berdasarkan data yang dirilis oleh Provinsi Sulawesi Barat Tahun 2023 (Dinas Komunikasi Informatika, 2023), luas areal tanaman aren di Sulawesi Barat pada tahun 2022 secara keseluruhan mencapai 1.363 ha dimana Kabupaten Polewali Mandar merupakan kabupaten dengan potensi aren terbesar dengan luas areal tanaman aren mencapai 876 ha dan produksi nira sebesar 404 ton. Selain itu, persepsi terhadap kualitas produk hasil pertanian juga dapat dipengaruhi oleh faktor seperti pengemasan dan kemudahan akses produk (McDaniel, 1977).

Alu dikenal sebagai kecamatan pusat pengolahan aren di Kabupaten Polewali Mandar. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan mitra kelompok usaha Tappa Meppusu, menjelaskan bahwa mereka terkendala dalam hal pemasaran dan produksi gula batu aren. Mitra menyampaikan bahwa gula batu yang diproduksi saat ini masih belum memiliki merek dan masih dijual dengan kemasan tradisional berupa daun pisang kering. Padahal, selain untuk melindungi produk, kemasan yang baik juga bisa menjadi sarana promosi untuk menarik pembeli. Selain permasalahan kemasan dan merek, mitra juga Desa mengungkapkan bahwa produk gula aren mereka belum memiliki sertifikat halal dan izin PIRT. Sertifikasi ini penting bagi produk makanan dan minuman yang dijual ke pasaran sebagai jaminan kualitas produk bagi pelanggan (Wahyu Pratama & Kumala Dewi, 2024). Tabel 1 merangkum permasalahan yang dihadapi oleh kelompok usaha Tappa Meppusu berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan sebelumnya.

Saat ini permintaan akan gula aren semut dan gula aren cair semakin meningkat seiring

dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan (Suryana, 2021) dan menjamurnya *coffee shop* yang banyak menggunakan gula aren sebagai bahan pemanis utama dalam pembuatan kopi.

Tabel 1. Permasalahan Kelompok Usaha Tappa Meppusu

Masalah	Penjelasan
Kemasan dan Merek	Produk belum memiliki merek dan hanya dikemas dengan kemasan tradisional sehingga kurang menarik minat pembeli.
Sertifikasi	Produk belum memiliki sertifikat halal dan izin PIRT, yang penting untuk jaminan kualitas dan keamanan.
Diversifikasi Produk	Produk terbatas pada gula batu saja, tidak mencakup gula aren semut dan cair yang permintaannya meningkat.
Konsistensi dan Kemasan Produk	Gula batu diproduksi dengan cetakan seadanya, dan sulit menghasilkan ukuran dan berat yang konsisten, serta sulit dikemas modern.
Pemasaran	Pemasaran hanya dari mulut ke mulut, meskipun anggota sudah tahu dengan internet dan media sosial.
Skala Produksi	Produksi dilakukan berdasarkan pesanan dari pengepul, membatasi peningkatan kapasitas dan ekspansi pasar.

Selain itu, gula batu yang juga sering disebut sebagai gula batok diproduksi dan dicetak dengan menggunakan batok kelapa, sehingga selain sulit untuk membuat produk dengan ukuran dan berat yang konsisten, bentuk gula batok juga sulit dikemas dengan kemasan yang modern. Saat ini pemasaran produk gula batu kelompok usaha Tappa Meppusu hanya dipasarkan dari mulut ke mulut saja meskipun telah banyak anggota yang telah melek internet, seperti telah terbiasa dengan menggunakan WhatsApp dan media sosial Facebook. Selain itu, Kelompok Usaha Tappa Meppusu saat ini juga masih melakukan produksi sesuai dengan pesanan yang masuk. Adapun pesanan yang masuk rata-rata dari pengepul gula yang kemudian menjual gula batu yang telah dibeli ke pasar-pasar

tradisional, seperti pasar kecamatan dan kabupaten.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh Kelompok Usaha Tappa Meppusu saat ini ada pada aspek produksi, di mana produk gula aren Tappa Meppusu saat ini hanya terbatas pada produk gula aren batu yang dicetak dengan menggunakan batok kelapa sehingga menyulitkan untuk pengemasan dan standarisasi produksi serta memakan waktu produksi yang lama. Tappa Meppusu masih belum melakukan diversifikasi produk karena tidak adanya akses terhadap kemasan padahal melalui diversifikasi produk kelompok usaha mengurangi resiko berkurangnya permintaan pasar akan gula batu sekaligus menjawab permintaan pasar akan produk baru (The advantages of product diversification. (n.d.). E-Marketing Associates, 2024) Permasalahan lainnya adalah pemasaran. Saat ini produk gula aren Tappa Meppusu hanya dipromosikan dari mulut ke mulut saja. sebagian besar anggota sudah sudah terbiasa menggunakan media sosial *Facebook* dan pesan instan *WhatsApp*. Namun media ini belum digunakan secara serius untuk tujuan pemasaran produk gula aren kelompok Tappa Meppusu padahal memiliki potensi untuk membantu pemasaran produk gula aren dengan meningkatkan kesadaran akan produk melalui media sosial atau menjaga hubungan dengan pelanggan (Alalwan , Rana , Dwivedi , & Algharabat , 2017). Untuk mengatasi fokus permasalahan tersebut di atas, maka solusi yang ditawarkan yaitu:

**Produksi**

Solusi untuk permasalahan aspek produksi yaitu melakukan inovasi pengembangan peralatan produksi gula aren berbentuk kubus ukuran 3 x 3 x 3 cm untuk mempercepat proses produksi dan memudahkan produk untuk dikemas dalam kemasan kotak. Selain itu akan dibuat produk gula aren cair dalam kemasan botol 250 ml dan kemasan jerigen 1 liter serta pembuatan gula semut atau gula aren kristal dengan kemasan standing pouch 250gr.

**Pemasaran**

1. Pengembangan E-Katalog Produk

Solusi untuk permasalahan aspek pemasaran adalah dengan melakukan pengembangan e-katalog produk. Solusi ini dipilih mengingat e-katalog media yang efektif dan efisien dalam memasarkan produk secara daring dengan biaya yang murah dan untuk waktu yang lama (Baron, Shaw, & Bailey Jr, 2000)

2. Pelatihan Pemasaran Digital

Pelatihan pemasaran digital ini bertujuan untuk mengembangkan keterampilan anggota dalam menggunakan media sosial dan *WhatsApp* serta tools pendukung lainnya–seperti *Canva* untuk desain (Admin, 2023) dan *CapCut* untuk pembuatan video (Sari, 2022) dalam memasarkan produk.

Tabel 2. Masalah, Solusi, dan Target Luaran untuk Kelompok Usaha Tappa Meppusu

Masalah	Solusi	Target Luaran
Produksi variasi produk gula aren masih terbatas pada gula batu	Inovasi Produksi Gula Aren Kubus dan Diversifikasi Produk	90% anggota mitra dapat meningkatkan jumlah produk menjadi 3 jenis dan kapasitas produksi dan membuat kemasan yang menarik dan praktis untuk setiap produk..
Pemasaran Produk gula aren masih terbatas	Pengembangan E-Katalog Produk	90% Anggota Mitra dapat melakukan pemasaran online menggunakan media sosial dan media website

Penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya yaitu pengembangan etalase digital berbasis web yang terhubung dengan *WhatsApp* memberikan kemudahan akses informasi dan pemesanan produk bagi konsumen, ini sejalan dengan yang akan diimplementasikan pada kelompok usaha Tappa Meppusu mirip, yaitu pengembangan e-katalog produk yang terhubung dengan media sosial (Musyrifah, Tanniewa, & Saal, 2023), penelitian lainnya yang menjelaskan pemanfaatan media promosi menggunakan website dan media online untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Asmawati, Musyrifah,

# Pemberdayaan Kelompok Usaha Aren di Desa Alu melalui Pelatihan Pemasaran dan Pengembangan E-Katalog Produk

Musyrifah, Asmawati Saal, Sufyan Amirullah

Wajidi, & Zulkarnaim, 2022) (Asmawati & Megah Sari, 2020).

## B. PELAKSANAAN DAN METODE

Metode pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan enam tahapan, yaitu sosialisasi, pendampingan merek dagang, pelatihan, pengembangan e-katalog produk, pendampingan dan evaluasi, serta pembentukan tim pengelola. Adapun penjelasan masing-masing tahapan adalah sebagai berikut.

### Sosialisasi

Pada tahapan ini dilakukan sosialisasi program kepada kelompok usaha Tappa Meppusu sekaligus mensosialisasikan pentingnya diversifikasi produk untuk menghindari kejenuhan pasar produk saat ini sekaligus menjawab kebutuhan pasar baru akan gula cair dan gula semut (The advantages of product diversification. (n.d.). E-Marketing Associates, 2024). Pada tahapan ini disampaikan pentingnya pembuatan produk gula semut dengan bentuk standar (kubus) untuk standarisasi ukuran produk dan memudahkan proses pengemasan. Hal ini sejalan dengan upaya yang dilakukan oleh petani milenial di Pacitan yang berhasil mengeksport gula aren ke Kanada, yang membuktikan bahwa standar produk dapat meningkatkan daya saing di pasar global (ditjenbun, 2023)

### Pelatihan

Pada tahapan ini dilakukan pelatihan pada anggota kelompok usaha Tappa Meppusu terkait branding, desain kemasan dan desain promosi, pelatihan pemasaran digital melalui media sosial dan pesan instan WhatsApp,

### Pengembangan Teknologi

Pada tahapan ini dilakukan pengembangan teknologi berupa e-katalog produk berupa website katalog produk online yang memungkinkan pengguna dapat melakukan pemesanan produk langsung melalui pesan WhatsApp.

### Pendampingan dan Evaluasi

Setelah e-katalog produk dikembangkan, tahapan selanjutnya adalah mendampingi kelompok usaha Tappa Meppusu dalam

menggunakan e-katalog produk serta melakukan evaluasi terhadap e-katalog produk.

### Keberlanjutan program

E-katalog produk dikembangkan dengan harapan memerlukan perbaruan seminimal mungkin sehingga tidak menyulitkan kelompok dan e-katalog tetap dapat digunakan secara berkelanjutan.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan beberapa luaran yang berhasil menjawab permasalahan yang dihadapi oleh Kelompok Usaha Tappa Meppusu, yaitu diversifikasi produk, peningkatan kapasitas produksi, peningkatan keterampilan pemasaran digital, dan pemanfaatan teknologi e-katalog. Masing-masing luaran dijelaskan sebagai berikut.

### Diversifikasi Produk

Sebelum program ini, kelompok usaha hanya memproduksi satu jenis produk yaitu gula aren batu dengan bentuk dan ukuran yang tidak standar. Melalui pelatihan dan pendampingan, anggota kelompok usaha diperkenalkan dengan teknik diversifikasi produk yang memungkinkan mereka untuk memproduksi tiga jenis produk:

1. Gula Aren Batu Kubus: Gula aren yang sebelumnya dicetak secara manual dengan batok kelapa kini diproduksi dalam bentuk kubus standar berukuran 3x3x3 cm. Ini memudahkan proses pengemasan dan meningkatkan daya tarik produk di pasar.
2. Gula Aren Cair: Dikemas dalam botol 250 ml dan jerigen 1 liter, produk ini memenuhi permintaan dari sektor industri kafe.
3. Gula Aren Semut (Kristal): Dikemas dalam standing pouch 250 gr, gula semut lebih mudah dijual dalam kemasan modern.

### Peningkatan Kapasitas Produksi

Melalui pengenalan teknologi baru, seperti cetakan kubus dan alat pengolahan gula cair, anggota kelompok usaha dapat meningkatkan efisiensi dan kapasitas produksi. Cetakan kubus memungkinkan standarisasi ukuran produk, sehingga mempercepat proses produksi. Selain itu,

produksi gula cair dan gula semut juga memungkinkan kelompok untuk memanfaatkan alat produksi yang lebih modern.

**Pengembangan E-Katalog Produk**

Salah satu luaran utama dari program ini adalah pengembangan e-katalog produk berbasis website. E-katalog ini memungkinkan pelanggan untuk melihat produk yang ditawarkan secara online dan melakukan pemesanan langsung melalui WhatsApp. E-katalog juga memberikan deskripsi produk yang lengkap, gambar, dan informasi harga, sehingga memudahkan pelanggan dalam memilih produk yang sesuai.

**Peningkatan Kemampuan Pemasaran Digital**

Pelatihan pemasaran digital yang diberikan kepada anggota kelompok berfokus pada penggunaan media sosial seperti Facebook dan WhatsApp, serta alat desain seperti Canva dan CapCut untuk membuat materi promosi yang menarik. Sebelum program, 60% anggota kelompok sudah familiar dengan media sosial, tetapi hanya 20% yang menggunakan media ini untuk pemasaran.

**Keberlanjutan Program**

Untuk memastikan keberlanjutan e-katalog dan pemasaran digital, dibentuk tim pengelola yang terdiri dari anggota kelompok. Tim ini bertanggung jawab atas pembaruan informasi di e-katalog, serta menjaga hubungan dengan pelanggan melalui WhatsApp dan media sosial.

**Pengembangan E-katalog**

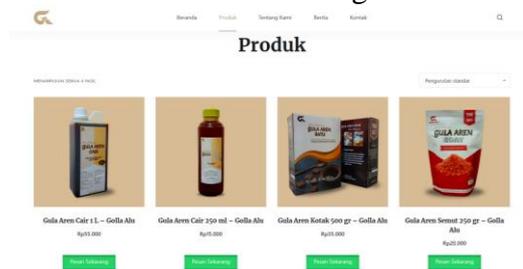
Pengembangan E-Katalog Produk gula aren dapat di akses melalui Tautan gollaalu.com. dalam website tersebut terdapat beberapa menu. Gambar 1 menunjukkan gambar halaman utama atau gambar awal gollaalu.com.

Di bagian atas, terdapat menu navigasi yang mencakup "Beranda," "Produk," "Tentang Kami," "Berita," dan "Kontak." Di tengah halaman utama, terdapat promosi produk unggulan "Gula Aren Kotak," disertai gambar kemasan produk di sebelah kanan dan deskripsi singkat yang menekankan kegunaan

gula aren untuk teman minum kopi atau teh. Terdapat juga tombol aksi "Pesan Sekarang" untuk memudahkan pembelian. Berikutnya di bawah ini Gambar 2 yang mendeskripsikan produk.

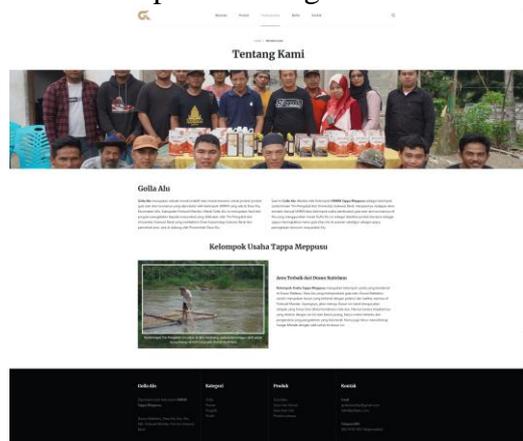


Gambar 1. Gambar Awal gollaalu.com



Gambar 2. Daftar Produk

Tampilan website di atas menampilkan halaman produk dengan desain lebih bersih. Di bagian atas, terdapat menu navigasi yang sama dengan halaman sebelumnya, yaitu "Beranda," "Produk," "Tentang Kami," "Berita," dan "Kontak". Halaman ini menampilkan empat produk gula aren dengan gambar yang jelas di setiap item. Setiap produk memiliki nama, ukuran, harga, dan tombol "Pesan Sekarang" berwarna hijau di bawahnya. Berikutnya Gambar 3 tampilan tentang kami.



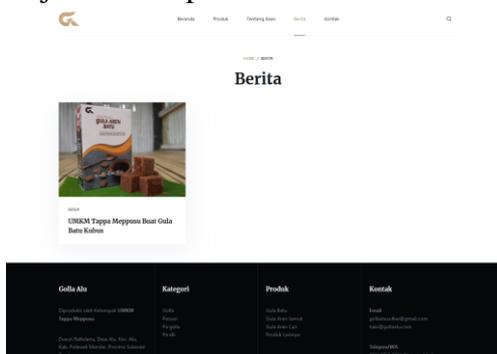
Gambar 3. Tampilan Tentang Kami

Tampilan website di atas menunjukkan halaman "Tentang Kami" dengan desain yang sederhana dan profesional. Di bagian atas, terdapat menu navigasi yang mencakup

# Pemberdayaan Kelompok Usaha Aren di Desa Alu melalui Pelatihan Pemasaran dan Pengembangan E-Katalog Produk

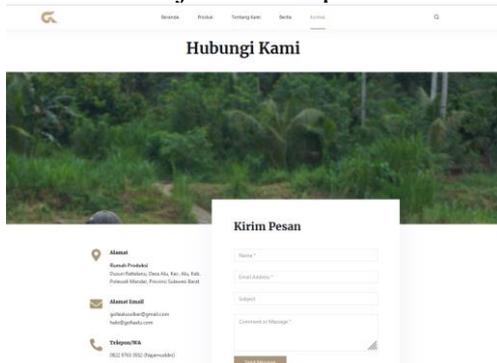
Musyrifah, Asmawati Saal, Sufyan Amirullah

"Beranda," "Produk," "Tentang Kami," "Berita," dan "Kontak." Bagian utama halaman menampilkan foto kegiatan pelatihan pemberdayaan kelompok usaha Tappa Meppusu dan anggota tim yang terlibat dalam produksi gula aren. Di bawah foto, terdapat deskripsi tentang "Golla Alu," yang menjelaskan latar belakang, misi, atau visi dari organisasi atau kelompok ini. Di bagian bawah selanjutnya mendeskripsikan tentang posisi letak kelompok usaha. Selanjutnya Gambar 4 menunjukkan tampilan Berita.



Gambar 4. Tampilan Berita

Tampilan *website* di atas menunjukkan berita yang bisa memuat beberapa informasi tentang kegiatan atau perkembangan gula aren yang diproduksi kelompok usaha. Selanjutnya Gambar 5 menunjukkan tampilan kontak.



Gambar 5. Tampilan Kontak

Tampilan Gambar 5 menunjukkan Alamat Lokasi dan beberapa kontak yang bisa di hubungi dan juga bisa langsung mengisi form yang ada di *website* untuk menghubungi penanggung jawab tim produksi.

## D. PENUTUP

### Simpulan

Program pengabdian kepada masyarakat ini berhasil mencapai tujuan untuk

meningkatkan kapasitas produksi dan pemasaran Kelompok Usaha Tappa Meppusu melalui diversifikasi produk dan penerapan pemasaran digital. Hasil program menunjukkan bahwa 90% anggota kelompok mampu memproduksi tiga jenis produk gula aren (batu, cair, dan semut) dengan kemasan modern yang lebih menarik dan praktis. Selain itu, anggota kelompok juga berhasil memanfaatkan media sosial dan e-katalog untuk memperluas pemasaran produk, yang berdampak pada peningkatan pesanan dan jangkauan pasar.

Faktor pendukung utama keberhasilan kegiatan ini adalah antusiasme dan keterlibatan aktif anggota kelompok dalam setiap tahapan pelatihan dan pendampingan, serta penerapan teknologi digital yang sederhana namun efektif seperti e-katalog berbasis *website* yang terintegrasi dengan WhatsApp. Di sisi lain, faktor penghambat kegiatan meliputi keterbatasan akses anggota terhadap peralatan modern di awal program dan keterbatasan waktu dalam melakukan pendampingan yang lebih mendalam terkait pemasaran digital.

### Saran

Berdasarkan hasil evaluasi, disarankan agar kelompok usaha terus meningkatkan diversifikasi produk, tidak hanya pada jenis gula aren tetapi juga pengembangan produk turunan lainnya. Keberlanjutan program dapat diperkuat dengan memastikan tim pengelola e-katalog secara aktif memperbarui informasi produk dan terus menjaga hubungan dengan konsumen melalui media sosial dan WhatsApp. Selain itu, diperlukan upaya lanjutan untuk mengurus sertifikasi halal dan PIRT guna meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk.

Kelemahan yang perlu diperbaiki adalah intensitas pendampingan dalam pemasaran digital yang dapat ditingkatkan lebih lanjut. Anggota kelompok juga sebaiknya didorong untuk mengikuti pelatihan berkelanjutan terkait inovasi produk dan teknologi produksi guna meningkatkan daya saing produk gula aren di pasar yang lebih luas.

## Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas Sulawesi Barat yang telah mendukung pengabdian kepada masyarakat ini, serta Kelompok Usaha Tappa Meppusu yang telah berpartisipasi aktif dalam program ini. Terima kasih juga tim pendamping usaha dari Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Provinsi Sulawesi Barat yang aktif mendampingi dan membimbing Kelompok Usaha Tappa Meppusu dalam pelaksanaan kegiatan Pemberdayaan Kelompok Usaha Aren di Desa Alu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Admin. (2023, 9 5). *8 Kegunaan Canva untuk Bisnis, Segudang Manfaat dalam Satu Aplikasi*. Diambil kembali dari <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/8-kegunaan-canva-untuk-bisnis-segudang-manfaat-dalam-satu-aplikasi>
- Alalwan , A., Rana , N., Dwivedi , Y., & Algharabat , R. (2017). Social media in marketing: A review and analysis of the existing literature. *Telematics and Informatics*, 1177-1190.
- Asmawati, & Megah Sari, D. (2020). Efektivitas Media Online sebagai Media Promosi Sarung Sutra Mandar di Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 112-125.
- Asmawati, Musyrifah, Wajidi, F., & Zulkarnaim, N. (2022). Implementasi Smart Tourism sebagai Media Promosi Wisata di Sulawesi Barat. *Jurnal Pariwisata dan Hospitalitas*, 78-90.
- Barat, P. S. (2021). Peraturan Daerah Provinsi Sulawesi Barat Nomor 3 Tahun 2021 tentang Rencana Pembangunan Industri Provinsi Sulawesi Barat Tahun 2020-2040.
- Baron, J., Shaw, M., & Bailey Jr, A. (2000). Web-based e-catalog systems in B2B procurement. *Communications of the ACM*, 93-100.
- Dinas Komunikasi Informatika. (2023). *Persandian dan Statistik Provinsi Sulawesi Barat*. Buku Data Statistik
- Sektoral Provinsi Sulawesi Barat Tahun 2023. Mamuju.
- ditjenbun. (2023, April 3). *Gula Aren Pacitan Sukses Ekspor ke Kanada ditangan Petani Milenial*. Diambil kembali dari <https://ditjenbun.pertanian.go.id/gula-aren-pacitan-sukses-ekspor-ke-kanada-ditangan-petani-milenial/>
- McDaniel, C. B. (1977). Convenience Food Packaging and the Perception of Product Quality. *J Mark*, 57-8.
- Musyrifah, Tanniewa, A., & Saal, A. (2023). Pengembangan Etalase Digital sebagai Media Promosi Kain Tenun Sekomandi. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 33-45.
- Provinsi Sulawesi Barat. (2021). Peraturan Daerah Provinsi Sulawesi Barat Nomor 3 Tahun 2021 tentang Rencana Pembangunan Industri Provinsi Sulawesi Barat Tahun 2020-2040.
- Sari, W. (2022, September 26). *Cara Membuat Video Promosi Menarik Menggunakan CapCut*. Diambil kembali dari [https://dailysocial.id/post/cara-membuat-video-promosi-menarik-menggunakan-capcut#google\\_vignette](https://dailysocial.id/post/cara-membuat-video-promosi-menarik-menggunakan-capcut#google_vignette)
- Suryana, M. (2021, 10 10). *Banyak dikonsumsi penderita diabetes, permintaan gula semut Lebak naik*. Diambil kembali dari <https://www.antaraneews.com/berita/2464629/banyak-dikonsumsi-penderita-diabetes-permintaan-gula-semut-lebak-naik>
- The advantages of product diversification*. (n.d.). *E-Marketing Associates*. (2024, Maret 22). Diambil kembali dari <https://www.e-marketingassociates.com/blog/advantages-of-product-diversification>
- Wahyu Pratama, N., & Kumala Dewi, B. (2024, Maret 22). *Manfaat Sertifikasi Izin PIRT bagi Pelaku UMKM*. Diambil kembali dari <https://umkm.kompas.com/read/2023/10/04/160300183/5-manfaat-sertifikasi-izin-pirt-bagi-pelaku-umkm>