



Strengthening the family economy through fruit processing business into healthy syrup in Empowered Women's Community

Penguatan ekonomi keluarga melalui usaha olahan buah menjadi sirup sehat pada Komunitas Ibu Berdaya

Taufik Akbar¹, Restu Jati Saputro², Erlyn Rosalina¹, Iklima Ermis Ismail³

¹Departemen Administrasi Niaga, ²Departemen Teknik Grafika dan Penerbitan, ³Departemen Teknik Informatika dan Komputer, Politeknik Negeri Jakarta
Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Depok, 16424, Indonesia

ARTICLE INFO:

Received: 2021-10-31
Revised: 2022-01-03
Accepted: 2022-04-07

Keywords:

AIDA method,
Digital promotion,
Product innovation,
Strengthening the
family economy

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has a direct impact on the income of the Indonesian people. As many as 84% of people feel a decrease in income. Community Service Activities aim to help improve the knowledge and skills of women who are members of the Community of Empowered Women's and Family Welfare Programme (PKK) Women's of Perum Grand Asri Cikarang, to process fresh fruit into healthy syrup without preservatives, dyes, flavors, and artificial sweeteners. The method of implementing activities is in the form of training and mentoring to create product innovations and conduct product marketing digitally. The activities carried out included information transfer, training on fruit processing into syrup, making product designs with the SICIKA brand, creation of product promotion content using the AIDA method, and mentoring to make ready-to-sell products. The result of this community service activity is an increase in partner skills in making syrup products with the SICIKA brand and digital marketing promotional content for the sale of these products.

©2022 Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang
This is an open access article distributed under the CC BY-SA 4.0 license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

How to cite: Akbar, T., Saputro, R. J., Rosalina, E., & Ismail, I E. (2022). Strengthening the family economy through fruit processing business into healthy syrup in Empowered Women's Community. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 7(2), 397-404. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v7i2.6661>

1. PENDAHULUAN

Minuman olahan buah seperti jeruk, markisa, naga sudah cukup familiar di kalangan masyarakat sebagai minuman yang memiliki berbagai khasiat. Masyarakat tradisional umumnya dapat dengan mudah membuat minuman tersebut dengan cara memotong kecil-kecil bagian rimpang tanaman yang digunakan, diseduh dengan air panas kemudian ditambah gula sebagai pemberi cita rasa. Selain dijadikan jus, masyarakat juga dapat dengan mudah membuat dengan menyeduh serbuk minuman instan yang banyak ditemukan di pasaran. Menurut Ferdiansyah *et al.* (2018) dan Sugianto (2012), pembuatan sirup

minuman buah memiliki prospek yang baik dari segi ekonomi dan kesehatan, terbentuknya kesadaran masyarakat mengenai kesehatan kini mulai meningkat.

Sirup merupakan salah satu produk pangan olahan yang dibuat dengan tujuan untuk memperpanjang umur simpan melalui penambahan sejumlah gula ke dalamnya. Pada umumnya sirup dibuat tanpa adanya tambahan bahan pengawet maupun bahan adiktif lain sehingga aman untuk dikonsumsi oleh individu yang sehat. Jumlah gula yang ditambahkan ke dalam sirup cukup tinggi yaitu sekitar 65% (Ferdiansyah *et al.*, 2018). Tingginya jumlah gula pada sirup akan berdampak pada rendahnya kemampuan mikrobia untuk tumbuh di dalamnya sehingga menurunkan kualitas sirup (Asmawati *et al.*, 2019).

Beberapa komoditas pertanian yang memiliki kandungan senyawa fitokimia biasanya diolah dalam bentuk sirup untuk mendapatkan manfaat dari komponen yang ada di dalamnya, seperti antioksidan, antiinflamasi, dan berbagai manfaat kesehatan lainnya (Permata *et al.*, 2018). Menurut Ferdiansyah *et al.* (2018) yang paling sering dimanfaatkan dan mudah untuk diolah menjadi sirup salah satunya adalah buah. Beberapa penelitian tentang pengolahan buah segar menjadi produk sirup dan olahan lainnya seperti selai dan sari buah (Nurhayati, 2020; Fitri *et al.*, 2017; Pratama *et al.*, 2012)

Selain itu, dilihat dari sisi produksi olahan sirup, terdapat beberapa peluang yang dapat dimaksimalkan oleh para ibu rumah tangga untuk membantu meningkatkan pendapatan keluarga, antara lain bahan dasar buah yang mudah didapat, penggunaan peralatan yang sederhana dan proses pengolahan yang cukup mudah untuk dilakukan. Pengolahan dan pembuatan sirup jahe dipaparkan (Ferdiansyah *et al.*, 2018) dan sirup pala (Minsas *et al.*, 2021), dilakukan dengan tahapan pembuatan yang cukup sederhana yaitu dengan pengupasan buah, pamarutan, pemerasan, penyaringan, penambahan gula dan air, pendidihan, dan pembotolan. Secara ekonomis, penjualan olahan sirup juga lebih menguntungkan dibandingkan penjualan buah segar.

Menurut survei yang dilakukan oleh Saiful Mujani Research and Consulting (SMRC) menunjukkan bahwa pendapatan rumah tangga anjlok sebesar 76% sejak kasus positif virus corona dikonfirmasi di Indonesia pada Maret 2020 (Anwar, 2020). Senada dengan riset pasar IPSOS, sebuah perusahaan riset pasar dan konsultansi multinasional yang berpusat di Prancis, menggelar survei untuk mengetahui kondisi masyarakat saat pandemi virus corona dan pendapat serta perilaku di era kebiasaan baru atau *new normal*. Pandemi COVID-19 berdampak langsung terhadap pendapatan masyarakat Indonesia. Sebanyak 84% masyarakat Indonesia merasakan adanya penurunan pendapatan (Setiawan, 2020). Bahkan, tiga dari sepuluh orang mengaku pendapatan mereka berkurang lebih dari 50% dibanding sebelum pandemi. Meski begitu, 49% masyarakat Indonesia optimis pendapatan mereka akan kembali meningkat dalam enam bulan ke depan (Kurniawan, 2020).

Salah satu wilayah yang memiliki potensi pengembangan produk pangan berbasis pengolahan buah menjadi sirup adalah wilayah padat penduduk, Perum Grand Asri di Desa Simpangan. Desa Simpangan adalah salah satu desa padat penduduk yang ada di Kecamatan Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi berjumlah 29.679 jiwa dengan Luas wilayah Kecamatan Cikarang Utara adalah kurang lebih 4.330 Ha/m². Luas wilayah tersebut mencakup permukiman, kuburan/makam, pekarangan, taman, pendidikan/perkantoran, dan sarana prasarana umum (Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi, 2020).

Mitra pada kegiatan pengabdian ini adalah Komunitas Ibu Berdaya dan Ibu PKK pada Perum Grand Asri di Desa Simpangan. Berdasarkan wawancara dengan *founder* Komunitas Ibu Berdaya, komunitas ini muncul sebagai bentuk inisiatif ibu-ibu warga Perum Grand Asri Desa Simpangan untuk membantu perekonomian keluarga, yaitu dengan membangun usaha atau bisnis berbasis rumah tangga. Berdasarkan hasil diskusi dengan *founder* Komunitas Ibu Berdaya, jenis usaha yang dipilih untuk dikembangkan sebagai produk unggulan adalah pembuatan sirup buah dengan pertimbangan

kemudahan dalam memperoleh aneka buah segar dan proses pembuatan yang mudah. Mitra perlu mendapatkan pengetahuan dari aspek kesehatan mengenai bahaya penggunaan zat perasa, pewarna, pengawet, dan pemanis buatan. Mitra juga perlu mendapatkan keterampilan bagaimana memproduksi sirup buah segar, serta inovasi dalam pengemasan dan pemasaran produk sirup buah agar memiliki nilai jual.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pada Komunitas Ibu Berdaya dan Ibu PKK mitra dalam mengolah buah segar menjadi olahan sirup sehat tanpa pengawet, pewarna, perasa dan pemanis buatan menggunakan teknologi tepat guna yang sederhana. Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi tentang promosi produk secara digital dapat membantu pemasaran produk sirup dengan merek SICIKA yang telah dibuat oleh ibu-ibu Komunitas Ibu Berdaya dan Ibu PKK.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan berbasis kelompok dosen, dimana anggota tim merupakan gabungan dosen dari beberapa departemen pada Politeknik Negeri Jakarta. Selain dosen, kegiatan ini juga melibatkan mahasiswa dalam rangka membangun kesadaran berkontribusi bagi masyarakat. Kegiatan ini melibatkan multidisiplin ilmu, dengan ragam keahlian, yaitu keahlian manajemen untuk koordinasi dan komunikasi kepada mitra dan *stakeholder* terkait, keahlian bahasa untuk merancang konten dan isi media digital, dan keahlian multimedia digital untuk merancang logo dan media promosi.

Metode melibatkan tahapan pelaksanaan kegiatan PKM untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Metode pelaksanaan kegiatan dengan analisis permasalahan, pendampingan untuk inovasi produk dan pemasaran secara digital. Kegiatan PKM dilaksanakan menjadi 5 sub-kegiatan yang akan dilaksanakan pada bulan Juni sampai dengan Desember 2021. Sub-sub kegiatan tersebut adalah: (1) Transfer informasi; (2) Pelatihan pengolahan buah segar menjadi sirup; (3) Pembuatan rancangan desain produk; (4) Pembuatan konten promosi produk, seperti ditampilkan pada Gambar 1.

Kegiatan transfer informasi dilakukan dengan menggali informasi melalui wawancara dengan perwakilan Komunitas Ibu Berdaya dan Ibu PKK. Tujuan dari kegiatan ini adalah menemukan permasalahan dan alternatif solusi. Berdasarkan kesepakatan dengan perwakilan mitra maka ditentukan beberapa prioritas kegiatan yang dianggap dapat menjadi solusi bagi mitra, yaitu pembekalan pengolahan buah segar menjadi sirup, pengembangan jiwa kewirausahaan mitra, pembuatan desain kemasan produk sirup, *branding* merek, dan logo.

Kegiatan demonstrasi pengolahan buah menjadi sirup dilaksanakan dengan menggandeng tenaga kesehatan yang menyampaikan bagaimana cara mengolah buah segar menjadi sirup secara alami, tanpa menggunakan pemanis buatan, perasa, dan pewarna. Buah segar yang digunakan pada pelatihan ini adalah jeruk kunci dan nanas. Kedua buah segar tersebut merupakan buah yang mudah diperoleh dan kaya dengan Vitamin C. Pada kegiatan pengembangan jiwa kewirausahaan, diberikan pengarahan untuk menumbuhkan kemandirian sehingga diharapkan mitra semakin terangsang untuk memunculkan ide-ide kreatif dan diharapkan juga bahwa mitra dapat menularkan semangat kemandirian dan menyebarkan ilmu dan keterampilan pengolahan sirup buah sehat kepada masyarakat setempat. Pembuatan desain kemasan produk sirup, *branding* merek, dan logo dilakukan oleh tim dosen PKM sesuai karakteristik produk. Kegiatan pemasaran *branding* produk dilakukan dengan membuat konten promosi produk dengan menggunakan konsep *Attention, Interest, Desire, Action* (AIDA) yang dipromosikan melalui

aplikasi sosial media. Pemanfaatan teknologi informasi dan sosial media dapat memperluas jaringan pemasaran produk.



Gambar 1. Alur kegiatan PKM

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Transfer Informasi

Dalam tahapan pertama kegiatan ini terdapat penyesuaian kondisi, dikarenakan COVID-19 yang masih berlangsung dan terdapat pembatasan pertemuan secara *offline* sehingga koordinasi dilakukan secara daring/*online*. Media yang digunakan untuk berkoordinasi adalah Zoom Meeting dan Google Meet. Koordinasi dengan pihak mitra kerjasama, tim membahas mengenai apa yang menjadi tujuan dan manfaat kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sehingga ada penyamaan persepsi dan memudahkan koordinasi pada tahapan berikutnya. Koordinasi internal tim juga dilakukan secara *online* untuk membahas pembagian tugas setiap anggota tim dan mahasiswa, dan mematangkan rencana pelaksanaan kegiatan.

Selain penyamaan persepsi, pada kegiatan ini juga dimunculkan kebutuhan/*requirement* untuk desain produk, desain kemasan, dan narasi mengenai produk. Kebutuhan desain memerlukan nama produk sebagai *icon*, kemudian logo buah yang digunakan sebagai bahan dasar olahan sirup, serta kemasan botol sirup yang akan digunakan. Kegiatan ini berlangsung pada bulan Juni sampai dengan Desember 2021.

Pelatihan Pengolahan Buah menjadi Sirup

Pada kegiatan ini komunitas ibu berdaya dan ibu PKK didampingi oleh dokter (tenaga kesehatan) sebagai instruktur, kemudian diberikan penjelasan mengenai manfaat buah yang digunakan sebagai bahan dasar utama sirup dan memperkenalkan juga peluang bisnis sebagai penguatan ekonomi keluarga. Peserta juga diberikan latihan untuk membuat sirup buah segar tanpa zat pengawet buatan. Tahapan pembuatan sirup buah seperti ditampilkan pada Gambar 2.

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan secara *offline*, bertempat di PAUD Ceria, Desa Simpangan. Dalam rangka menjaga protokol kesehatan COVID-19 dan sesuai dengan arahan pemerintah dalam menjaga jarak serta menghindari orang berkerumun, maka kegiatan ini dilaksanakan sebanyak dua kali, dikarenakan jumlah peserta dan lokasi ruangan yang tidak cukup untuk menampung peserta. Kegiatan

Strengthening the family economy through fruit processing business into healthy syrup in Empowered Women's Community

Taufik Akbar, Restu Jati Saputro, Erlyn Rosalina, Iklima Ermis Ismail

ini dilaksanakan pada tanggal 19 dan 26 September 2021 dan diikuti oleh 30 orang peserta yang dibagi menjadi 5 kelompok. Gambaran peserta kegiatan dan Pemateri disajikan pada Gambar 3 dan 4.



Gambar 2. Tahapan pembuatan sirup buah



Gambar 3. Peserta pelatihan pembuatan sirup buah

Gambar 4. Pemberian materi pelatihan oleh Tim Pengabdian Masyarakat

Pada kegiatan tersebut setiap kelompok mendapatkan buah yang berbeda-beda. Diharapkan kelompok-kelompok ini dapat menjadi *pioneer* dalam pengembangan bisnis olahan sirup buah di lingkungan masing-masing. Proses pembuatan ini terdiri dari pemerasan jaeruk sebagai bahan dasar sirup, penambahan gula sebagai pemanis, pembuangan busa pada permukaan sirup, dan pengemasan sirup. Rangkaian kegiatan pembuatan sirup olahan buah seperti ditampilkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Proses pemerasan jeruk sebagai bahan dasar sirup; Penambahan gula sebagai bahan pemanis alami; Pembuangan busa yang terdapat pada atas permukaan sirup ketika dimasak; Pengemasan sirup kedalam kemasan

Pembuatan Rancangan Desain Produk

Desain produk mengacu pada pembuatan visualisasi logo/label kemasan. Visualisasi label kemasan merupakan salah satu cara untuk mempengaruhi dan menggiring persepsi konsumen sehingga berperilaku seperti yang diharapkan. Konsumen tidak hanya merespon apa yang diberikan atau yang apa yang mereka lihat, tapi juga menginterpretasikannya, hingga akhirnya konsumen bisa memutuskan untuk membeli suatu produk. Label kemasan menjadi 'nyawa' bagi suatu produk, yang dapat membedakan produk tersebut dengan kompetitornya, sehingga diharapkan visualisasi label ini memiliki keunggulan dan membentuk citra di mata konsumen (Ramadhan, 2019).

Kegiatan ini dilaksanakan secara mandiri oleh tim PNJ dengan mengolah informasi yang diperoleh dari mitra menjadi sebuah desain logo dan kemasan produk. Pada kegiatan ini dilakukan *brainstorming* antara anggota tim dengan mitra untuk menghasilkan nama merek yang menjadi *branding* produk serta desain logo yang dapat digunakan pada kemasan produk sirup. Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan September 2021. Hasil pada kegiatan ini adalah merek produk yaitu SICIKA yang merupakan singkatan dari Sirup CIKArang, yang disepakati dengan mempertimbangkan konten dan konteks secara filosofi sehingga merek dapat dikenal dengan mudah oleh masyarakat sekitar. Logo kemasan akhir yang disepakati oleh mitra seperti pada Gambar 6, didesain berwarna putih dan menampilkan aneka buah, yaitu nanas, manga, jambu, dan jeruk yang menunjukkan bahan dasar utama sirup yang akan diproduksi. Pada halaman depan ini juga ditampilkan ukuran kemasan sirup. Pada bagian sebelah kiri, terdapat deskripsi mengenai SICIKA dan pada bagian sebelah kanan, terdapat varian rasa, tanggal pengemasan, serta tanggal batas waktu konsumsi.

Pembuatan Konten Promosi Produk

Kegiatan pembuatan konten promosi produk dilakukan dalam dua kategori, yaitu iklan berbayar dan gratis dengan tujuan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat. Tahapan kegiatan yang dilakukan antara lain yaitu: (1) Studi banding mengenai konten promosi untuk produk sirup dengan konten pesaing; (2) Menentukan *positioning* dan *differentiation* produk sirup SICIKA; (3) Membuat konten promosi dengan pendekatan AIDA (*Attention, Interest, Desire, dan Action*) dan *story telling*.

Salah satu permasalahan utama dalam komunikasi pemasaran adalah menentukan tanggapan dari konsumen dan mengembangkan pesan yang efektif untuk menarik perhatian (*attention*), menghadirkan ketertarikan (*interest*), membangkitkan keinginan (*desire*), dan menggerakkan tindakan (*action*). *Attention* mensyaratkan bahwa sebuah pesan harus dapat menimbulkan perhatian dari segi bentuk dan media yang digunakan. *Attention* ditujukan kepada target sasaran melalui tulisan atau gambar yang menonjol, perkataan yang menarik, mudah diingat, serta berkarakter. *Interest* mengacu pada pesan yang disampaikan menimbulkan perasaan ingin tahu, ingin mengamati, dan mendengar secara lebih seksama. *Desire* berkaitan dengan motivasi konsumen dalam membeli suatu produk. Sedangkan *Action* berkaitan dengan adanya keinginan kuat konsumen sehingga mengambil keputusan/tindakan untuk membeli suatu produk (Fatmawati, 2013).

Model AIDA merupakan salah satu teori *Hierarchy of Effect* atau tingkatan pengaruh iklan terhadap konsumen (Johar *et al.*, 2015). Iklan bertujuan memberikan informasi, membujuk, atau mengingatkan target pelanggan untuk melakukan tindakan pembelian suatu produk (Johar *et al.*, 2015). Model AIDA biasanya diterapkan sebagai strategi pemasaran untuk menghemat biaya pemasaran (Ismail, 2021). Terdapat delapan jenis komunikasi pemasaran, yaitu iklan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut

ke mulut (*story telling*), dan penjualan personal (Fatmawati, 2013). Tim dosen mencoba menerapkan konsep *marketing communication* terkait AIDA, yaitu iklan dan *story telling*, dengan membuat judul yang menarik perhatian terlebih dahulu, lalu menyusun kalimat yang mengundang rasa ingin tahu dengan cerita (historis) bagaimana sirup ini diproduksi. Terakhir, menyisipkan kata *closing* sehingga calon konsumen ingin segera membeli sirup SICIKA. Berikut konten iklan produk SICIKA seperti ditampilkan pada Gambar 6 dan Gambar 7.



Gambar 6. Desain logo sirup
Gambar 7. Iklan produk sirup SICIKA

4. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang berbasis Kelompok Dosen Politeknik Negeri Jakarta dilakukan bertujuan untuk membantu menguatkan ekonomi keluarga melalui peluang bisnis pengolahan buah segar menjadi sirup sehat pada Komunitas Ibu Berdaya dan Ibu PKK Perum Grand Asri Kabupaten Bekasi. Keterampilan pengolahan sirup buah sehat tanpa tambahan pemanis dan pengawet buatan yang diberikan kepada mitra dapat digunakan untuk menghasilkan produk yang siap bersaing. Kegiatan pemasaran produk secara luas belum dapat dilakukan karena keterbatasan waktu, dikarenakan perlu adanya pengurusan perizinan-perizinan terkait produk sehingga dapat dipasarkan ke masyarakat luas. Kegiatan pendampingan pada inovasi produk dan *marketing* secara digital (*branding* produk) menyiapkan pioner-pioner bisnis bagi masyarakat sekitar untuk memperkuat kemandirian ekonomi keluarga.

Kegiatan pada sisi produksi dan pemasaran produk secara masal menjadi agenda tahun berikutnya. Produksi masal terkendala dengan urusan-urusan perizinan legalisasi produk yang memerlukan waktu lebih panjang. Hal ini menjadi poin penting yang harus dipersiapkan secara lebih matang. Kegiatan pengabdian mendatang perlu menggandeng pakar hukum, kesehatan dan UKM untuk mengurus dan mendapatkan izin dari BPOM dan label halal dari MUI. Selain itu, kegiatan pengelolaan keuangan dalam berbisnis, studi banding untuk penentuan harga produk yang tepat juga menjadi agenda penting pada tahun selanjutnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ucapkan terima kasih kepada Unit Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (UP2M) Politeknik Negeri Jakarta telah membantu dalam pendanaan melalui Hibah Pengabdian Kepada Masyarakat Kelompok Dosen sehingga kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dapat berjalan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M. C. (2020, Juni 25). *Survei: 76% Orang RI Pendapatannya Merosot Gegara Covid-19*. CNBC Indonesia.
- Asmawati, A., Sunardi, H., & Ihromi, S. (2019). Kajian persentase penambahan gula terhadap komponen mutu sirup buah naga merah. *Jurnal Agrotek UMMat*, 5(2), 97-106. <https://doi.org/10.31764/agrotek.v5i2.700>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi. (2020). *Kecamatan Cikarang Utara Dalam Angka 2020*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi.
- Fatmawati, S. (2013). Pengaruh iklan model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) terhadap keputusan pembelian di Shopee Indonesia pada mahasiswa FISIP UNISKA MAB. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.
- Ferdiansyah, M. K., Supriyadi, B., Affandi, A. R., & Muflihati, I. (2018). Pemberdayaan ekonomi ibu rumah tangga Kelurahan Banyumanik Kecamatan Banyumanik Kota Semarang melalui pembuatan sirup herbal. *Logista: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 15-20. <https://doi.org/10.25077/logista.2.1.15-20.2018>
- Fitri, E., Harun, N., & Johan, V. S. (2017). *Konsentrasi gula dan sari buah terhadap kualitas sirup belimbing wuluh (Averrhoa bilimbi L.)* [Doctoral dissertation, Riau University]. Teknologi Pertanian. Universitas Riau. Pekanbaru.
- Ismail, I. (2021, Januari 13). *AIDA adalah Strategi Pemasaran yang Ampuh Untuk Tingkatkan Penjualan, Ini Penjelasannya!* Accurate.
- Johar, D. S., Kumadji, S., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh AIDA (attention, interest, desire, action) terhadap efektifitas iklan online (survei pada pembeli di toko online adorable project). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(1), 1-10.
- Kurniawan, A. (2020, Juni 25). *Survei Ipsos: 49% Masyarakat Optimis Penghasilan Kembali Naik di Akhir Tahun*. SINDONews.com.
- Minsas, S., Muliadi, M., Aritonang, A. B., Apriansyah, A., Kushadiwijayanto, A. A., Sofiana, M. S., Nurrahman, Y., Risko, R., Nurdiansyah, S. I., Safitri, I., & Helena, S. (2021). Peningkatan keterampilan dan kesejahteraan masyarakat Pulau Kabung melalui pelatihan pembuatan sirup pala. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Inovasi*, 1(1), 1-8.
- Nurhayati, A. (2020). Pemberdayaan ekonomi masyarakat kelompok tani salak melalui pelatihan pengolahan buah salak di Desa Brambang Kecamatan Gondangwetan Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Soeropati*, 2(2), 127-140. <https://doi.org/10.35891/js.v2i2.2065>
- Permata, A. N., Kurniawati, A., & Lukiati, B. (2018). Screening fitokimia, aktivitas antioksidan dan antimikroba pada buah jeruk lemon (Citrus limon) dan jeruk nipis (Citrus aurantiifolia). *Jurnal Ilmiah Ibnu Sina*, 3(1), 64-76. <https://doi.org/10.36387/jiis.v3i1.126>
- Pratama, S. B., Wijana, S., & Mulyadi, A. F. (2012). Studi pembuatan Sirup Tamarillo (Kajian perbandingan buah dan konsentrasi gula). *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 1(3), 181-194.
- Ramadhan, T. P. (2019). Peran visualisasi label kemasan produk minuman Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terhadap pengambilan keputusan konsumen. *ARTic*, 3, 103-112. <https://doi.org/10.34010/artic.v3i0.2489>
- Setiawan, S. R. D. (2020, Juni 26). *Survei: 84 Persen Masyarakat Akui Pendapatan Turun karena Corona*. Kompas.com.
- Sugianto, S. (2012). Analisis budidaya sirsat dalam rangka meningkatkan ekonomi dan kesehatan masyarakat Bojonegoro. *Agribios*, 10(2), 40-54.
-