

Peningkatan Produksi dan Digital Marketing Keripik Durian dalam Rangka Mewujudkan Kemandirian Ekonomi Kreatif

Alfhian Makmur^{1*}, Safaruddin², Nirwana³

¹⁻³ Universitas Cokroaminoto Palopo

* alon.ftkom@gmail.com

Abstrak

Mitra dalam PKM ini adalah kelompok petani durian di Desa Tulak Tallu, Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara, dengan luas area produksi mencapai ± 12 hektar dengan total produksi mencapai 10 ton per sekali musim. Masalah yang dihadapi oleh mitra adalah inovasi, manajemen pengelolaan industri, pemasaran digital, dan legalitas, seperti: tidak memiliki cetakan permanen dan kemasan yang memadai untuk dijual lebih luas, minimnya pengetahuan akan pemanfaatan manajemen dalam proses produksi, rendahnya pengetahuan untuk memasarkan produk akibat kurangnya pengetahuan dunia teknologi, dan belum memiliki P-IRT dan sertifikat halal. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, maka tim pengusul menawarkan solusi, yaitu: 1) pemberian bantuan dan edukasi inovasi teknologi dalam proses produksi (pemberian bantuan cetakan dan teknologi pengering); 2) sosialisasi tentang pentingnya *brand* dan kemasan sebuah produk; 3) sosialisasi tentang manajemen dalam proses produksi; 4) edukasi dalam pemasaran digital; dan 5) pendampingan pengurusan P-IRT dan sertifikat halal. Target luaran program, yaitu: 1) mitra mendapatkan cetakan permanen "Pakkebu" dan alat menjemur "Pattapi"; 2) mitra diberi bantuan kemasan dan label yang memiliki nama produk; 3) mitra mendapatkan informasi tentang pentingnya manajemen dalam proses produksi; 4) mitra mendapatkan informasi tentang pemasaran digital; dan 5) mitra mendapatkan kesempatan memiliki P-IRT dan sertifikat halal.

Kata Kunci: peningkatan produksi, digital marketing, keripik durian, ekonomi kreatif

Pendahuluan

Mitra dalam PKM ini adalah kelompok petani durian di Desa Tulak Tallu Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara. Pemerintah Kabupaten Luwu Utara menargetkan produksi durian pada tahun 2020 sebanyak 23.177 ton sementara pada tahun 2021 sebanyak 24.799 ton (DTPHP LUTRA, 2023). Hal tersebut sepertinya bukan hal yang mustahil karena pada tahun 2014 produksi durian mencapai 15.662 ton sementara pada tahun 2015 berhasil menembus angka 17.928 ton (DISTAN LUTRA, 2023). Berdasarkan hasil observasi dan wawancara tim pengusul dengan mitra kelompok petani durian di Desa Tulak Tallu Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara diperoleh informasi bahwa luas area produksi durian mencapai ± 12 hektar dengan total produksi mencapai 10 ton per sekali musim. Mitra merupakan warga asli Desa Tulak Tallu Kecamatan Sabbang

Kabupaten Luwu Utara yang berjumlah 20 orang yang tergabung ke dalam kelompok petani “Usaha Tani” yang diketuai oleh Muhlis.

Proses produksi pada mitra umumnya diolah secara tradisional, yaitu memilih durian yang berkualitas untuk dijadikan adonan dan membentuk keripik dengan pijitan tangan tanpa menggunakan alat cetakan yang permanen, sehingga memiliki tampilan yang kurang menarik (Hardianto dkk, 2023; Sari dkk, 2024). Hal ini tentu berpengaruh pada hasil penjualan karena kebanyakan konsumen memilih sebuah produk di samping harus memiliki rasa yang enak juga harus memiliki tampilan kemasan yang menarik. Lebih lanjut pada proses pengeringan masih bergantung pada sinar matahari dan menggunakan baki atau talam sebagai wadah, sehingga pengeringan kurang maksimal karena menghambat berkurangnya kadar air dalam adonan.

Julyaningsih, dkk (2025) berpendapat bahwa kemasan merupakan wadah yang digunakan untuk menyimpan sekaligus menjaga produk agar terhindar dari kontaminasi. Selain itu, kemasan juga memiliki fungsi sebagai alat promosi bagi produk, sebab desain kemasan yang unik dan berbeda dapat menarik perhatian para pembeli. Namun kenyataannya, kemasan yang digunakan para pelaku usaha kurang menarik karena umumnya menggunakan plastik biasa untuk dipasarkan di pasar tradisional dan kesulitan menembus supermarket. Hal tersebut tentu berpengaruh pada hasil penjualan hingga pada tingkat manajemen produksi.



Gambar 1. Kondisi Awal Proses Produksi Keripik Durian Mitra

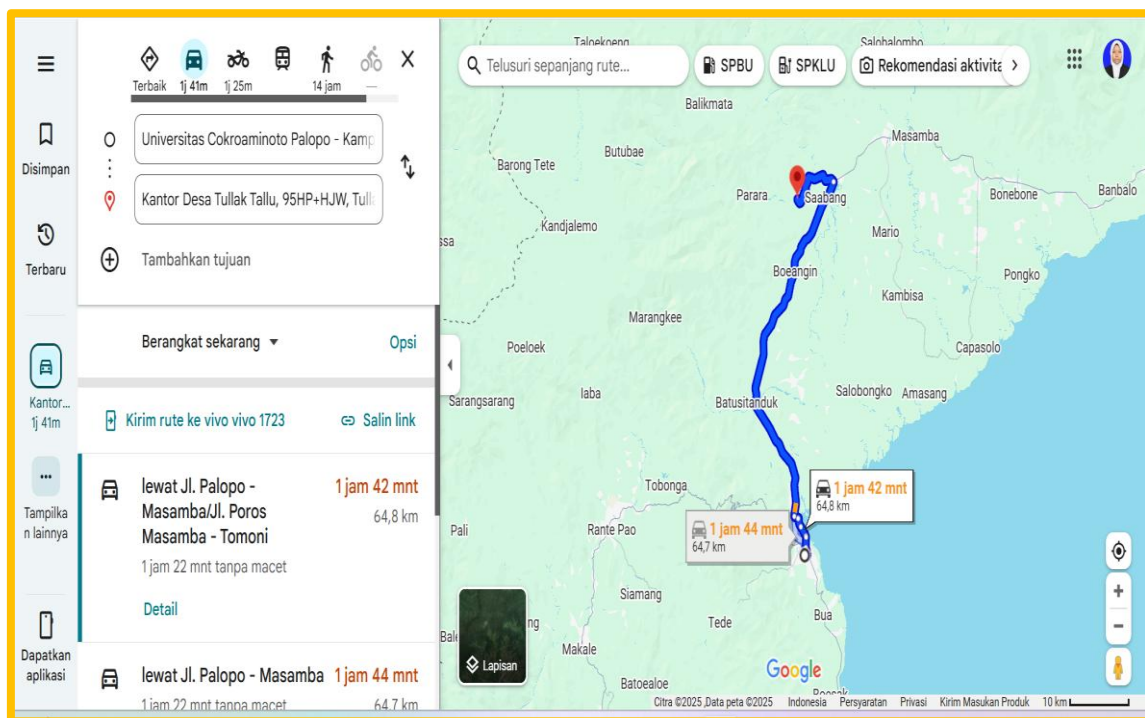
Manajemen produksi berpengaruh pada tumbuhnya sebuah usaha. Hal tersebut bisa tumbuh jika para pelaku usaha memiliki literasi wirausaha yang baik. Dengan demikian, para pelaku usaha dapat menemukan ide baru dan menghasilkan nilai tambah sebuah produk. Rendahnya pengetahuan untuk memasarkan produk yang masih mengandalkan tempat pemasaran yang minim dan kurang strategis akibat kurangnya pengetahuan dunia teknologi dalam hal ini pemasaran digital (Riyadi & Hardianto, 2018; Aulia & Suib, 2023).

Pemasaran digital pada abad 21 sangat berpengaruh. Hal tersebut terbukti dari banyaknya *marketplace* yang bermunculan, sehingga sangat berdampak pada pemasaran tradisional seperti yang dilakukan oleh mitra. Pemasaran digital sangat menguntungkan baik itu bagi penjual maupun pembeli dari segi waktu dan jangkauan, karena pembeli dan penjual tidak perlu melakukan tatap muka langsung untuk melakukan sebuah proses transaksi jual beli produk (Hikmah & Wijaya, 2023).

Bisnis pengolahan keripik durian yang dilakukan oleh mitra murni produk rumahan tanpa memiliki legalitas seperti P-IRT dan Sertifikat Halal, padahal P-IRT dan Sertifikat Halal adalah salah satu faktor diakuinya sebuah usaha. Mitra kesulitan memiliki P-IRT dan Sertifikat Halal karena berpikir mengurus P-IRT dan Sertifikat Halal adalah hal yang sangat sulit untuk dilakukan sementara dalam kenyataannya dalam mengurus P-IRT dan Sertifikat Halal tidak sesulit yang dibayangkan. Idealnya dalam menjalankan sebuah usaha sudah seharusnya memiliki P-IRT dan Sertifikat Halal untuk legalitas dan menambah kepercayaan masyarakat terhadap suatu produk (Setiadi dkk, 2023).

Metode Pelaksanaan

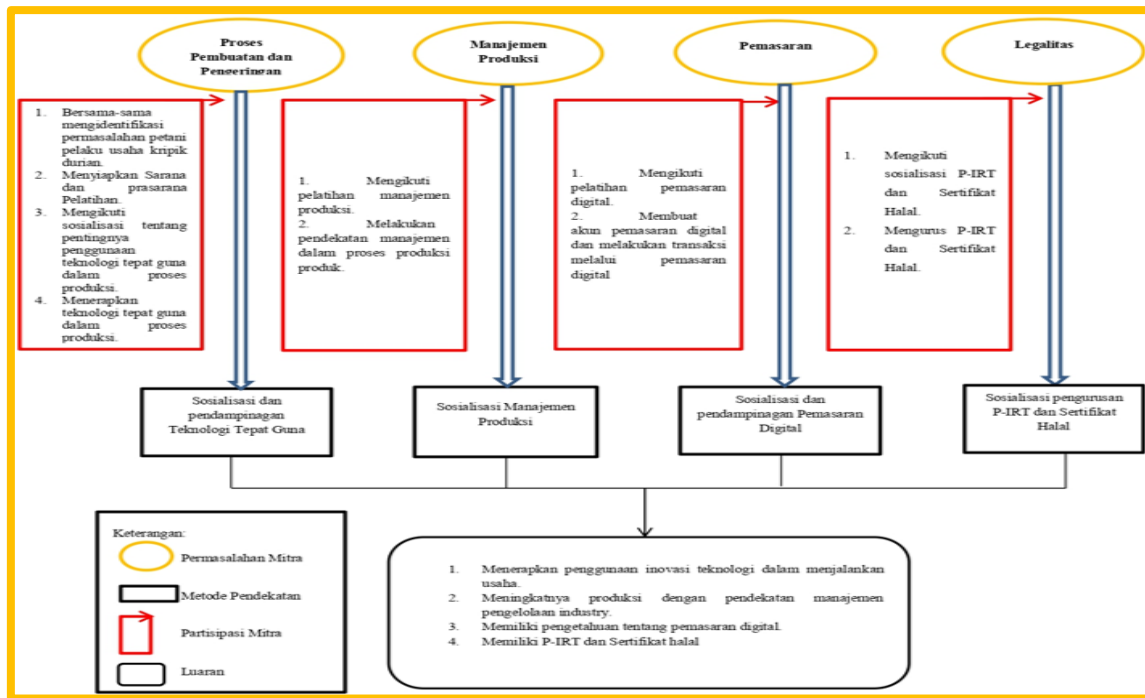
Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Desa Tulak Tallu, Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara. Waktu pelaksanaannya berlangsung selama tiga bulan, yaitu dari bulan Mei hingga Juli tahun 2025.



Gambar 2. Lokasi Pelaksanaan PKM

Kelompok petani durian yang berada di Desa Tulak Tallu, Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara menjadi mitra dalam program PKM ini. Mitra merupakan penduduk asli desa tersebut. Pemilihan mitra dilakukan berdasarkan hasil observasi awal serta wawancara yang telah dilakukan.

Metode pendekatan yang ditawarkan bagi realisasi program PKM ini, adalah: identifikasi permasalahan mitra, sosialisasi tentang pentingnya penggunaan teknologi tepat, pemanfaatan teknologi tepat guna, sosialisasi tentang manajemen produksi dan pemasaran digital, pendampingan pengurusan P-IRT dan Sertifikat Halal, dan pendampingan lapangan. Metode pendekatan yang diterapkan bersifat partisipatori dalam artian bahwa tim pengusul dan mitra secara proaktif terlibat dalam setiap kegiatan.



Gambar 3. Metode Pendekatan, Rencana Kegiatan, dan Kontribusi Partisipasi Mitra

Indikator program PKM ini adalah: 1) Mitra menggunakan inovasi teknologi dalam menjalankan proses produksi, 2) Meningkatnya produksi dengan pendekatan manajemen pengelolaan industri, 3) Mitra memiliki pengetahuan tentang pemasaran digital, 4) Mitra memiliki P-IRT dan Sertifikat Halal (Nirwana, 2025; Zulfakar dkk, 2025).

Evaluasi untuk mengukur ketercapaian indikator keberhasilan, yaitu: 1) Melakukan monitoring terhadap kualitas keripik durian, penerapan teknologi media cetak permanen “Pakkebu”, penerapan teknologi pengering dari bambu “Pattapi”, penerapan teknologi cetak kemasan produk secara periodik, 2) Mengecek secara berkala pemanfaatan penerapan teknologi media cetak permanen “Pakkebu”. Penerapan teknologi pengering dari bambu “Pattapi”, penerapan teknologi kemasan produk dan melakukan pendampingan lapangan secara intensif, 3) Evaluasi program akan dilakukan secara bertahap dengan memperhatikan setiap aspek tahapan kegiatan yang telah dilakukan sebagai indikator keberhasilan program yang secara internal dan eksternal, dan 4) Melakukan desiminasi hasil kegiatan baik melalui seminar hasil dengan mengundang *stakeholders* setempat, media cetak maupun elektronik (Supriadi dkk, 2025).

Hasil dan Pembahasan

Mitra dalam Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini adalah kelompok petani durian yang berlokasi di Desa Tulak Tallu, Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara. Mitra memiliki lahan produksi seluas ± 12 hektar dengan hasil panen mencapai 10 ton setiap musim per kepala keluarga. Melalui diskusi antara tim pengusul Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dan kelompok petani pelaku usaha keripik durian di Desa Tulak Tallu, Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara, bersama-sama mengidentifikasi permasalahan dan membuat rencana pemecahan masalah berdasarkan prioritas permasalahan mitra, sebagai berikut: 1) Mitra tidak menggunakan alat cetakan yang

permanen, sehingga memiliki tampilan yang kurang menarik. Hal ini tentu berpengaruh pada hasil penjualan karena kebanyakan konsumen memilih sebuah produk di samping harus memiliki rasa yang enak juga memiliki tampilan yang menarik. Mitra juga tidak memiliki alat pengering yang ideal sehingga memiliki waktu yang lama untuk mengeringkan produk; 2) Mitra tidak memiliki kemasan yang menarik karena usaha yang dijalankannya umumnya menggunakan plastik biasa tanpa label dan nama produk. Hal tersebut tentu berpengaruh pada hasil penjualan; 3) Mitra tidak memiliki pengetahuan yang mumpuni tentang manajemen produksi, sehingga para pelaku usaha tidak dapat menemukan ide baru dan menghasilkan nilai tambah produk; 4) Rendahnya pengetahuan untuk memasarkan produk, akibat ketidakmampuan memahami dunia teknologi khususnya pemasaran digital, sehingga menghambat kemajuan usaha; dan 5) Mitra tidak memiliki legalitas seperti P-IRT dan Sertifikat Halal karena berpikir mengurus P-IRT dan Sertifikat Halal adalah hal yang sangat sulit untuk dilakukan sementara dalam kenyataannya dalam mengurus P-IRT dan Sertifikat Halal tidak sesulit yang dibayangkan.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi kelompok petani pelaku usaha keripik durian di Desa Tulak Tallu, Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara yang berhasil diidentifikasi, maka solusi yang ditawarkan dalam PKM adalah:

Pertama, pemberian bantuan dan edukasi tentang inovasi teknologi dalam proses produksi. Mitra mendapatkan cetakan permanen “Pakkebu” yang memudahkan mitra dalam mencetak, sehingga produk mitra memiliki tampilan yang menarik. Proses pengeringan mitra diberi edukasi tentang pembuatan alat menjemur dari bambu yang dirakit dan memiliki celah “Pattapi” sehingga proses pengeringan maksimal.



Gambar 4. Teknologi yang Diterapkan pada Mitra

Kedua, pemberian sosialisasi dan edukasi. Dilakukan kegiatan sosialisasi dan edukasi kepada mitra terkait peningkatan produksi dan pemasaran digital keripik durian. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman awal mengenai pentingnya pengelolaan usaha yang terstruktur, mulai dari proses produksi yang higienis dan efisien hingga pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Mitra diperkenalkan dengan berbagai *platform* digital yang dapat digunakan untuk mempromosikan dan memasarkan keripik durian secara lebih luas. Kegiatan ini diharapkan mampu mendorong mitra untuk lebih beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dan pasar, serta

membangun pondasi yang kuat dalam mengembangkan usaha secara mandiri dan berkelanjutan.



Gambar 5. *Pembukaan*

Ketiga, sosialisasi tentang pentingnya *brand* dan kemasan sebuah produk yang disampaikan oleh Dr. Safaruddin, M.P. Dilakukan sosialisasi mengenai pentingnya merek dan desain kemasan dalam meningkatkan daya saing suatu produk. Mitra diberikan bantuan berupa kemasan dan label yang telah mencantumkan nama produk guna mendukung proses pengemasan yang lebih baik serta memperkuat identitas merek produk mitra dalam kegiatan ini. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan nilai jual dan daya tarik produk di pasar, sekaligus menjadi langkah awal dalam membangun citra produk yang konsisten dan mudah dikenali oleh konsumen.



Gambar 6. *Pemaparan Materi tentang Pentingnya Brand dan Kemasan Sebuah Produk*

Keempat, sosialisasi tentang manajemen dalam proses produksi yang disampaikan oleh Nirwana, S.Pd., M.Pd. Dilakukan sosialisasi mengenai pengelolaan dalam proses produksi. Mitra memperoleh pemahaman tentang pentingnya manajemen dalam setiap tahapan produksi melalui kegiatan ini. Mitra diharapkan mampu menggali ide-ide baru

serta menciptakan nilai tambah pada produk yang dihasilkan dengan adanya pemahaman tersebut. Pemahaman ini menjadi landasan penting untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi, sekaligus mendorong inovasi dalam pengembangan usaha secara berkelanjutan.



Gambar 7. Pemaparan Materi tentang Manajemen dalam Proses Produksi

Kelima, edukasi dalam pemasaran digital yang disampaikan oleh Alfhan Makmur, S.Kom., M.Pd. Edukasi ini memberikan pemahaman kepada mitra mengenai konsep dan penerapan pemasaran digital. Mitra memperoleh wawasan dan strategi dalam memanfaatkan *platform* digital untuk mempromosikan produk mereka, sehingga mampu memperluas jangkauan pasar secara lebih efektif dan efisien.



Gambar 8. Pemaparan Materi tentang Pemasaran Digital

Keenam, penyerahan alat kepada mitra. Tujuan dari penyerahan alat ini adalah untuk membantu mitra dalam menerapkan pengetahuan yang telah mereka peroleh, terutama terkait penerapan teknologi yang sesuai dan pengelolaan produksi. Diharapkan proses pembuatan keripik durian dapat berlangsung lebih maksimal, bersih, dan menghasilkan

produk berkualitas unggul yang mampu bersaing di pasar melalui bantuan ini, baik secara *offline* maupun melalui *platform* digital.



Gambar 9. Penyerahan Alat Kepada Mitra

Ketujuh, pendampingan pengurusan legalitas produk seperti P-IRT dan Sertifikat Halal. Dilakukan pendampingan kepada mitra dalam pengurusan legalitas produk, seperti Perizinan Produk Industri Rumah Tangga (P-IRT) dan sertifikat halal dalam rangka mendukung keberlanjutan usaha dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk keripik durian. Pendampingan ini mencakup sosialisasi pentingnya legalitas bagi pelaku usaha, penjelasan mengenai prosedur dan persyaratan administrasi, serta bantuan teknis dalam proses pengajuan dokumen ke instansi terkait. Produk keripik durian tidak hanya lebih mudah dipasarkan secara luas, termasuk ke toko modern dan *platform* digital, tetapi juga menunjukkan komitmen pelaku usaha terhadap standar mutu dan kehalalan produk, yang pada akhirnya mendorong terciptanya kemandirian dalam ekonomi kreatif dengan memiliki legalitas yang sah.

Setelah proses produksi dan pengemasan keripik durian di Desa Tulak Tallu selesai, para mitra juga memperoleh pelatihan mengenai strategi pemasaran berbasis digital. Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk mendukung pengelolaan usaha yang dijalankan oleh mitra. Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan sebelumnya, diketahui bahwa mitra di wilayah tersebut masih mengalami kendala dalam hal keterampilan dan wawasan mengenai penggunaan *platform* jual beli *online* sebagai media promosi produk. Hingga saat ini, usaha yang dijalankan masih bersifat konvensional dan belum memanfaatkan teknologi digital dalam strategi pemasaran, sehingga dibutuhkan peningkatan kapasitas agar mitra mampu menjangkau pasar yang lebih luas secara optimal.

Strategi pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha. Sebagaimana disampaikan oleh Sifwah dkk (2024), keberhasilan dalam merancang serta menerapkan pemasaran yang sesuai merupakan faktor utama dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Pelaku usaha bisa menjangkau konsumen secara lebih luas dengan penerapan strategi

yang tepat sekaligus mendorong peningkatan pendapatan dan menjaga kelangsungan usahanya. Pemanfaatan *platform* digital menjadi salah satu cara yang relevan dan efisien untuk memasarkan produk di era teknologi modern saat ini. Promosi dapat dilakukan tanpa terbatas oleh jarak atau wilayah melalui media digital. Oleh karena itu, apabila mitra PKM keripik durian di Desa Tulak Tallu mampu memaksimalkan penggunaan strategi pemasaran digital, maka peluang untuk meningkatkan angka penjualan dan pendapatan sangat besar dan dapat tercapai secara berkelanjutan.



Gambar 10. Platform Penjualan Produk

Strategi pemasaran dan promosi digital dapat dijalankan melalui berbagai cara. Beberapa cara yang bisa dilakukan antara lain melalui media sosial, konten pemasaran, iklan digital, serta *platform e-commerce* untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas merek, dan mendorong pertumbuhan penjualan. Perlunya mempertimbangkan berbagai faktor sebelum memilih media promosi yang tepat. Faktor-faktor tersebut meliputi biaya, profil konsumen, dan tujuan dalam memilih media promosi yang optimal untuk meningkatkan volume penjualan produk (Sari & Putri, 2024).

Sebagai langkah untuk meningkatkan pemasaran produk mitra, strategi yang diterapkan perlu menyesuaikan dengan situasi serta potensi yang ada di daerah setempat. Berbagai media dimanfaatkan, antara lain penggunaan *platform* media sosial guna memperluas jangkauan konsumen, pemberian label merek yang menggambarkan karakteristik produk, pemasangan papan nama usaha untuk memperkuat tampilan usaha, serta pemanfaatan *marketplace* sebagai saluran penjualan *online* yang praktis dan mudah dijangkau. Strategi ini diharapkan mampu memperkuat daya saing produk keripik durian di pasaran serta mendukung perkembangan usaha mitra secara berkelanjutan.

Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi kelompok petani pelaku usaha keripik durian di Desa Tulak Tallu, Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara yang berhasil diidentifikasi, maka solusi yang ditawarkan dalam PKM adalah: 1) Pemberian bantuan dan edukasi tentang inovasi teknologi dalam proses produksi; 2) Sosialisasi tentang pentingnya *brand* dan kemasan sebuah produk; 3) Sosialisasi tentang manajemen dalam proses produksi; 4) Edukasi dalam pemasaran digital; dan 5) Pendampingan pengurusan legalitas produk seperti P-IRT dan sertifikat halal, sehingga melalui PKM kepada petani pelaku usaha keripik durian di Desa Tulak Tallu, diharapkan menghasilkan keripik durian yang berkualitas dan dapat dipasarkan secara luas.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya kami sampaikan kepada DRTPM Dikti dan Universitas Cokroaminoto Palopo yang telah memberikan sponsoor, sehingga kegiatan pelatihan ini bisa dilakukan. Tidak hanya itu, terima kasih juga kami sampaikan kepada Pemerintah Desa Tulak Tallu, Kelompok Tani “Usaha Tani” sebagai mitra dalam penyelenggaraan pelatihan ini, sehingga pelatihan dapat berjalan dengan lancar tanpa kurang suatu apapun.

Referensi

- Aulia, I., & Suib, M. S. (2023). Literasi Wirausaha pada Inovasi Produk untuk Meningkatkan Nilai Ekonomi (Studi Produk Kelapa pada Masyarakat Rejing Tiris Probolinggo). *J-Mabes: Jurnal Manajemen, Akuntansi, Bisnis dan Studi Ekonomi Syariah*, 1(1), 7-18.
- Hardianto, H., Siaulhak, S., & Mangkunegara, M. (2023). Pemberdayaan Masyarakat melalui Peningkatan Produksi dan Pemasaran Digital Keripik Durian dalam Rangka Mewujudkan Kemandirian Ekonomi Kreatif. *Madaniya*, 4(3), 1230-1237.
- Hikmah, L. S., & Wijaya, R. S. (2023). Digitalisasi Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM di Kota Sidoarjo. *Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 54-59.
- Julyaningsih, A. H., Hamdani, I. M., & Rismawati, R. (2025). Penentuan Aspek Utama dalam Mendesain Kemasan Tabaro Dange Khas Luwu Menggunakan Analytical Hierarchy Process (AHP). *Jurnal Agritechno*, 18(1), 39-48.
- Riyadi, A., & Hardianto, H. (2018). PKM Kelompok UMKM Masyarakat Penghasil Nira Aren Melalui Sentuhan Teknologi Berbasis Techno-Social Untuk Menghasilkan Produk Yang Bernilai Kompetitif Tinggi di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru. *Prosiding*, 4(1).
- Nirwana, N., Afrianti, A., Pangla, T. R., Sari, K. W., Amalia, G., Yakub, A., ... & Nisraeni, N. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Edukasi Peduli Kebersihan Lingkungan di Desa Patila Kecamatan Tanalili. *Madaniya*, 6(1), 590-596.
- Sari, H. N., Ramadani, A. H., & Alit, R. (2024). Peningkatan Kualitas Produksi Keripik Tette Khas Madura Menggunakan Mesin Press Semi Automatic Foodgrade Based. *Abimanyu: Journal of Community Engagement*, 5(1), 36-42.

- Sari, J., & Putri, J. (2024). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan UMKM di Indonesia. *AL-IQTISHAD: Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Islam*, 2(2), 45-59.
- Setiadi, D., Ichsan, O. A. N., & Susanti, N. (2023). Pelatihan dan Pendampingan untuk Mengoptimalkan Produksi dan Pemasaran Produk UMKM Keripik, Kerupuk, Kemplang. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(6), 6014-6024.
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109-118.
- Supriadi, D., Elfiyanti, N., Saleh, S. G., Allo, R. P., Pradita, A., Astriani, Y., ... & Nisraeni, N. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Microsoft Office untuk Meningkatkan Kinerja Perangkat Desa Poreang. *Madaniya*, 6(1), 547-552.
- Zulfakar, Z., Hascikatura, H., Fadilah, N., Nurhafitra, N., Pramudita, U., Detasya, S. W., ... & Mangkunegara, M. (2025). Peduli Lingkungan Melalui Kegiatan Edukasi Pengolahan Sampah di Desa Sidobinangun. *Madaniya*, 6(1), 607-613.