

PENINGKATAN KEMANDIRIAN PANGAN MELALUI PENERAPAN MEREK DAN PEMASARAN DIGITAL PRODUK BERAS PADA LPM SARITANI

Siti Mariyani^{1*}, Ekalia Yusiana², Afifa Nurhanifah³

^{1,2}Prodi Agribisnis, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

³Prodi Akuntansi, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

siti.mariyani@faperta.unsika.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Kebutuhan beras yang semakin meningkat menjadi peluang bagi LPM Saritani dalam melakukan usaha dan produksi beras. Akan tetapi, LPM memiliki beberapa permasalahan utama yaitu manajemen produksi dan pemasaran hasil produk beras. Kegiatan PkM bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan kolompok LPM Saritani melalui penerapan merek dan pemasaran digital produksi beras untuk meningkatkan kemandirian pangan di Desa Sarijaya. PKM menggunakan metode *Participatory Learning and Action* (PLA) dan dilaksanakan pada Agustus 2025 dengan melibatkan tim dosen dan mahasiswa, serta mitra PKM yaitu LPM Saritani dengan jumlah anggota 25 petani. Evaluasi kegiatan PKM dilakukan untuk mengukur tingkat pengetahuan dan keterampilan mitra dengan pretest dan posttest menggunakan skala likert. Hasil kegiatan PKM yaitu telah terlaksana sosialisasi, penyuluhan tentang pemasaran digital produk beras berupa website serta praktik pengemasan beras merek lumbung Saritani. Hasil evaluasi terdapat peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra tentang pemasaran digital dari 74% menjadi 88%, serta pengetahuan dan keterampilan mitra dalam pengemasan produk yang menarik dari 76% menjadi 87%.

Kata Kunci: Beras; Lumbung Pangan Masyarakat; Merek; Pemasaran Digital; Petani.

Abstract: *The increasing demand for rice has created a business opportunity for LPM Saritani in rice production. However, LPM faces major challenges in production management and marketing. This PkM activity aims to improve the skills and knowledge of the LPM Saritani group through branding and digital marketing strategies to increase food independence in Sarijaya Village. PKM used the Participatory Learning and Action (PLA) method and took place in August 2025, involving lecturers, students, and PKM partners, including LPM Saritani's 25 farmer members. Evaluation of PKM activities is conducted to assess the level of knowledge and skills of partners using pretests and posttests, which are administered on a Likert scale. The results included socialization sessions, counseling about digital marketing using a website, and practical training in packaging rice under the Saritani barn brand. Evaluation showed increases in partner knowledge and skills in digital marketing from 74% to 88% and in attractive packaging from 76% to 87%.*

Keywords: *Rice; Community Food Barn; Brand; Digital Marketing; Farmers.*



Article History:

Received: 29-08-2025

Revised : 07-09-2025

Accepted: 10-09-2025

Online : 07-10-2025



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Kelompok Lumbung Pangan Masyarakat (LPM) merupakan kelembagaan cadangan pangan yang dibentuk oleh masyarakat desa/kota dan dikelola secara berkelompok yang bertujuan untuk pengembangan penyediaan Cadangan Pangan bagi masyarakat di suatu wilayah (Dinas Pangan, 2020), (Mariyani, 2017). Lumbung pangan sebagai bagian dari sektor pertanian berperan dalam menyediakan sumber pangan bagi masyarakat setempat (Lestari et al., 2024). Lumbung pangan berperan dalam menjaga ketahanan pangan sebagai tempat menyimpan pangan bagi semua anggotanya, mengatasi kekurangan pangan apabila mengalami gagal panen atau pada saat musim paceklik dan meningkatkan pendapatan kelompok (Sawitri Dj & Sudarma, 2018) selain itu, Lumbung pangan memiliki peran sebagai pendukung ketersediaan pangan, sebagai tunda jual, penyedia pinjaman modal dan peran dalam mendukung resiliensi komunitas petani (Mariyani et al., 2022). Adanya lumbung pangan lokal membantu meningkatkan upaya ketahanan pangan dan diversifikasi pangan (Utami & Suprapti, 2020).

LPM Saritani, Desa Sarijaya, Kabupaten Karawang merupakan salah satu lumbung pangan masyarakat yang dibentuk sejak tahun 2021 melalui Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) Sari Tani. LPM Saritani Desa Sari Jaya memiliki potensi lahan pertanian yang luas dan sistem pengairan yang baik dalam mendukung kegiatan produksi padi sehingga mendukung tingkat produktivitas padi yang baik. Menurut (Mariyani et al., 2024) hasil produksi petani dapat mendukung ketersediaan dan kemandirian pangan. Keadaan saat ini dihadapkan pada kerawanan pangan akibat kenaikan harga pangan atau bencana alam, maka kelembagaan lumbung pangan masyarakat ini menjadi penting untuk dikembangkan menuju terwujudnya ketahanan pangan di tingkat rumah tangga maupun di tingkat lokal, sehingga dapat memperkuat ketahanan pangan nasional (Purwaningsih, 2008).

LPM Saritani merupakan lumbung pangan masyarakat yang umumnya pendiriannya diinisiasi oleh masyarakat desa kemudian mendapat bantuan dari pemerintah. Lumbung pangan desa dibangun atas inisiatif desa untuk mengatasi kerawanan pangan masyarakat desa (Rachmat et al., 2016). Selain itu, bantuan yang diperoleh LPM dikembangkan dan dikelola menjadi usaha ekonomi produktif, sehingga bermanfaat dalam menjalankan usaha pengembangan lumbung serta keberlanjutan cadangan pangan di kelompok LPM (Ambarwati et al., 2023). Menurut (Agustian et al., 2022) LPM dipandang efektif sebagai tempat penyimpanan, menjaga stabilitas pasokan, penundaan penjualan, sampai harga yang lebih baik diterima petani sehingga mendukung ketahanan pangan masyarakat desa yang cukup. Kegiatan yang telah dilakukan oleh kelompok LPM Saritani yaitu menampung dan membeli hasil panen petani anggota lumbung maupun petani di Desa Sari Jaya, Karawang. Selanjutnya hasil panen yang dijual petani dikelola LPM melalui proses pengeringan dan penggilingan kemudian

dikemas dan dijual dalam bentuk beras. Hasil akhir yang dijual oleh LPM Sariani adalah berupa beras yang dikemas dalam karung berukuran 10 kg dan 5 kg. Akan tetapi saat ini LPM masih menjual produk beras menggunakan kemasan dan merek umum.

Ketahanan pangan yang dibangun oleh pemerintah memiliki tujuan untuk mengatasi dan memenuhi ketersediaan pangan nasional (Rachmah & Ikomatussuniah, 2022). Manajemen penyediaan beras merupakan salah satu manajemen pangan yang harus dilakukan secara sungguh-sungguh mengingat beras merupakan komoditas pangan utama bagi sebagian besar penduduk Indonesia (Paramitasari & Magdalena, 2021). Menurut (Raharto, 2020) bahwa jumlah penduduk semakin meningkat dan kebutuhan pangan semakin meningkat. Kebutuhan beras yang semakin meningkat menjadi peluang bagi LPM dalam melakukan usaha dan produksi beras. Akan tetapi, LPM memiliki beberapa permasalahan yang saat ini dihadapi antara lain: 1). Masih terbatasnya pengetahuan dan kemampuan Sumber Daya Manusia dalam manajemen pengelolaan lumbung pangan khususnya pada manajemen produksi dan pengelolaan usaha; 2). Pengetahuan tentang pengemasan produk dengan menggunakan merek yang masih terbatas; 3). Masih terbatasnya pemasaran produk secara offline di pasar tradisional dan belum menjangkau pasar yang lebih luas seperti supermarket dan toko ritel lainnya. Hal ini didukung penelitian (Agustian et al., 2022) bahwa kelemahan dalam pengembangan LPM adalah bahwa tradisi masyarakat petani untuk melakukan cadangan pangan secara kolektif dalam bentuk lumbung pangan cenderung melemah.

Pemberdayaan kelompok LPM perlu dilakukan melalui kegiatan PKM untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra, yaitu dengan penerapan merek serta penerapan pemasaran digital untuk memasarkan produk beras ke berbagai daerah di luar Kabupaten Karawang. Kegiatan ini dapat dilakukan melalui pelatihan serta pendampingan kepada mitra untuk meningkatkan kompetensi, sehingga usaha dan hasil produk dapat berkembang secara optimal dan berdaya saing. Saat ini, perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola pemasaran atau jual beli produk yang awalnya secara konvensional melalui pasar secara fisik menjadi secara online (daring). Metode penjualan yang demikian ini disebut sebagai digital marketing (Adi et al., 2023). Menurut (Hendra et al., 2024) Pemberdayaan melalui pelatihan digital marketing juga sejalan dengan upaya pemerintah dalam mendorong transformasi digital di berbagai sektor. Selain itu, digitalisasi marketing melalui pemanfaatan teknologi ini sangat perlu diimplementasikan pada pengembangan entitas bisnis skala mikro yang terletak di pedesaan (Sanjaya et al., 2020).

Kegiatan PKM melalui pelatihan penerapan merek dan digital marketing merupakan bagian dari penguatan kelembagaan kelompok LPM. Menurut (Marina et al., 2022) Pemberdayaan masyarakat terhadap penguatan kelembagaan LPM dan besarnya pengaruh pemberdayaan masyarakat

terhadap penguatan kelembagaan LPM adalah 62,6%. Hal ini akan mendukung kelompok dalam meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian pangan petani. Kegiatan PkM ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan kelompok LPM Saritani melalui penerapan merek dan pemasaran digital produk beras untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian pangan di Desa Sarijaya.

B. METODE PELAKSANAAN

PKM dilaksanakan menggunakan metode *Participatory Learning and Action* (PLA) untuk mengatasi permasalahan mitra. Metode PLA merupakan kegiatan berdasarkan partisipasi masyarakat dalam segala aspek kegiatan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi PLA membantu masyarakat petani mitra untuk memahami pengetahuan, teknologi yang diberikan serta dapat merencanakan, melaksanakan kegiatan dan memasarkan hasil produknya untuk meningkatkan kesejahteraan kemandirian pangan petani mitra. Kegiatan PKM melibatkan mahasiswa sebanyak tiga mahasiswa yang melakukan konversi perkuliahan. Mitra dalam kegiatan ini adalah Lumbung Pangan Masyarakat (LPM) Saritani di Desa Sarijaya, Kabup[aten Karawang dengan anggota sebanyak 25 petani. Kegiatan pengabdian dilaksanakan bulan Agustus 2025. Tahap kegiatan pengabdian meliputi tahap persiapan dan sosialisasi, pelaksanaan pelatihan, praktik penerapan teknologi serta pendampingan dan evaluasi. Tahap kegiatan PKM dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahap Pelaksanaan PKM di LPM Saritani, Kabupaten Karawang, Tahun 2025

1. Persiapan dan Sosialisasi PKM

Kegiatan sosialisasi dilakukan untuk pemberian pemahaman dan pengertian kepada kelompok LPM Sari Tani tentang pentingnya program PKM yang berkaitan dengan upaya mengatasi masalah utama mitra yaitu pengelolaan manajemen produksi, pengembangan usaha, penerapan merek serta penerapan digital marketing.

2. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dengan memberikan pemahaman tentang pengelolaan manajemen produksi, pengembangan usaha, penerapan merek serta penerapan digital marketing untuk memasarkan produk beras.

3. Penerapan Teknologi

Pada tahap penerapan teknologi, mitra didampingi oleh tim pelaksana PKM dan mahasiswa pelaksana program secara penuh dan tuntas dalam seluruh rangkaian kegiatan menggunakan. Melalui penerapan merek dan pemasaran digital produksi beras untuk meningkatkan kompetensi dan keterampilan mitra sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian pangan petani di Desa Sarijaya.

4. Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan kepada mitra dilakukan oleh tim PKM dengan melakukan pendampingan mulai dari tahap sosialisasi, pelatihan dan praktik penerapan teknologi. Evaluasi dilakukan dengan memberikan pertanyaan pretest dan posttest dalam kegiatan PKM. Jumlah pernyataan dalam posttest dan pretest meliputi 8 pernyataan yang diukur menggunakan skala likert dari 1-4 dengan kriteria: 1). Sangat tidak setuju; 2). Tidak setuju; 3). Setuju; dan 4). Sangat Setuju. Indikator keberhasilan kegiatan ini apabila terdapat peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra menjadi >85%.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat di LPM Saritani dilaksanakan pada bulan Agustus 2025. Kegiatan dilakukan meliputi persiapan dan sosialisasi PKM, pelaksanaan pelatihan pkm, praktik penerapan teknologi dan pendampingan serta evaluasi.

1. Persiapan dan Sosialisasi PKM

Tahap pertama dalam kegiatan PKM adalah persiapan dengan melakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi mitra pkm. Kegiatan ini dilaksanakan melalui diskusi dengan pengurus LPM Saritani. Setelah mengidentifikasi masalah, selanjutnya merumuskan solusi terkait permasalahan yang dihadapi mitra berupa masih terbatasnya merek dan pengemasan serta aspek pemasaran.

Selanjutnya menentukan waktu pelaksanaan kegiatan pelatihan dan penerapan teknologi. Sosialisasi kegiatan pemberdayaan kelompok LPM Saritani dilaksanakan pada tanggal 02 Agustus 2025 dengan menyampaikan informasi kepada anggota mitra terkait kegiatan pelatihan dan praktik penggunaan teknologi. Kegiatan sosialisasi melibatkan tim pengabdian, pengurus LPM Saritani, pengurus Gapoktan Desa Sarijaya serta petani anggota. Kegiatan sosialisasi dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Persiapan kegiatan PKM

2. Pelaksanaan Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan disampaikan pemateri berupa strategi pemasaran digital (*digital marketing*) melalui penerapan merek beras di LPM Saritani. Kegiatan pelatihan dihadiri oleh perangkat desa, pengurus dan anggota lumbung pangan, pengurus dan anggota gapktan dan poktan di Desa Sarijaya. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 23 Agustus 2025 di Desa Sarijaya dan dibuka secara langsung oleh perangkat Desa Sarijaya sebagaimana dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Sambutan dan pembukaan acara PKM di LPM Saritani

Pemasaran digital merupakan pemasaran yang menggunakan alat atau media digital untuk menjangkaunya menargetkan konsumen secara cepat, tepat dan luas (Septiani & Muryanti, 2023)). Menurut (Sanjaya et al., 2020) digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang didalamnya terdapat branding dengan memanfaatkan berbagai media seperti website, blog, e-mail, dan jejaring sosial lainnya. Kegiatan pelatihan materi pemasaran digital memberikan pemahaman kepada mitra LPM dan petani di Desa Sariya bahwa produk beras sebagai bahan pangan pokok dapat dipasarkan secara luas. Mitra dapat memanfaatkan platform media social seperti whatsapps, Instagram maupun facebook. Selain itu, pada kegiatan pelatihan disampaikan materi website LPM Saritani. Penyampaian materi digital marketing dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Penyampaian materi pemasaran digital (digital marketing)

LPM Saritani sebelumnya tidak memiliki website sehingga untuk mengakses informasi terkait lumbung pangan di Desa Sarijaya masih terbatas. Pada kegiatan pelatihan disampaikan pembuatan website LPM Saritani yang diharapkan dapat menjangkau konsumen dan pelanggan baru yang lebih luas, memudahkan akses dan informasi produk beras LPM Saritani sehingga dapat berdaya saing.

3. Praktik Penerapan Teknologi

Setelah pelaksanaan pelatihan berupa materi pemasaran digital, selanjutnya dilaksanakan kegiatan praktik penerapan teknologi. Praktik penerapan teknologi dilaksanakan di LPM Saritani dan dihadiri oleh perangkat desa, pengurus dan anggota lumbung, pengurus dan anggota gapoktan dan poktan. Pada kegiatan ini, praktik penerapan teknologi langsung dilakukan oleh pengurus dan pengelola lumbung dengan mengoperasikan alat pengemasan produk beras dan kemasan yang telah diberi merek yaitu Beras Lumbung Saritani (Gambar 6). Adanya merek kemasan yang telah dimiliki, diharapkan dapat memudahkan LPM untuk dikenal Masyarakat luas serta memiliki produk yang berdaya saing.



Gambar 6. Penerapan merek kemasan beras Lumbung Saritani

Pengemasan beras menggunakan merek LPM dapat membantu LPM dikenal Masyarakat luas dan Masyarakat (konsumen) dapat mengetahui bahwa LPM memiliki beras yang dikemas dan diproduksi oleh LPM Saritani. Implementasi teknologi menjadi penting dalam mengatasi

rendahnya pengetahuan dan keterampilan mitra dalam meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan.

4. Pendampingan dan evaluasi

Kegiatan pendampingan dilakukan dengan membantu mitra dalam melaksanakan kegiatan pengemasan dan pemasaran produk beras melalui media digital seperti pengoperasian website LPM Saritani. Pelaksanaan penerapan teknologi mitra didampingi secara intensif oleh tim melalui pelatihan praktik langsung serta konsultasi secara berkelanjutan dengan tim PKM. Hal tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa mitra dapat mengimplementasikan teknologi yang telah diberikan.

Kegiatan evaluasi dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada pengurus dan anggota lumbung pangan terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan. Menurut (Jamaluddin et al., 2023), evaluasi kegiatan merupakan bagian penting yang harus diperhatikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian. Berdasarkan evaluasi kegiatan diperoleh hasil pada Tabel 1.

Tabel 1. Peningkatan Pengetahuan dan keterampilan mitra sebelum dan sesudah kegiatan

No	Indikator	Sebelum	Sesudah
1	Pengetahuan dan keterampilan tentang pemasaran digital	74%	88%
2	Pengetahuan dan keterampilan pengemasan produk yang menarik	76%	87%

Berdasarkan Tabel 1 terdapat peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dari 74% menjadi 88% tentang pemasaran digital, serta peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam pengemasan produk yang menarik dari 76% menjadi 87%. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan dari hasil kegiatan pemberdayaan LPM Saritani sejalan dengan hasil kegiatan PKM Zusrony et al. (2024) bahwa Pelatihan pemasaran digital kepada pelaku UMKM terdapat peningkatkan skills dan knowledge.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan PKM yaitu telah terlaksana sosialisasi, penyuluhan tentang pemasaran digital produk beras dengan menggunakan website serta praktik pengemasan beras merek lumbung Saritani sehingga diharapkan dapat menjangkau konsumen dan pelanggan baru yang lebih luas, memudahkan akses dan informasi produk beras LPM Saritani. Hasil evaluasi terdapat peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra tentang pemasaran digital dari 74% menjadi 88%, serta pengetahuan dan keterampilan mitra dalam pengemasan produk yang menarik dari 76% menjadi 87%. Saran yang

dapat dilakukan untuk selanjutnya agar LPM Saritani dapat menjadi supplier dan menembus pasar ritel modern.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini melalui BIMA Kemdiktisaintek sehingga terlaksana dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa Sarijaya beserta seluruh jajarannya, LPM Saritani, dan pihak-pihak lain yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pelatihan dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Adi, P., Mulyani, R., Putri, A. N. H., Saputri, C. I., Alfiah, H., Widyadana, J. R. A., Ma'rifah, K., & Khabibah, L. N. (2023). Pemberdayaan Masyarakat melalui Pelatihan Digital Marketing pada UMKM Produk Pertanian di Desa Bodag, Madiun, Jawa Timur. *PRIMA: Journal of Community Empowering and Services*, 6(2), 126. <https://doi.org/10.20961/prima.v6i2.65249>
- Agustian, A., Darwis, V., & Muslim, C. (2022). Kebijakan Peningkatan Cadangan Pangan Masyarakat Melalui Pengembangan Lumbung Pangan Masyarakat Di Kabupaten Sukabumi Jawa Barat. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Agribisnis VI*, 36–42.
- Ambarwati, D. P., Marwanti, S., & Irianto, H. (2023). Pengaruh Program Lumbung Pangan Masyarakat (Lpm) Terhadap Pendapatan Usahatani Padi Di Kabupaten Sukoharjo. *AGRISTA*, 11(2), 67–80.
- Darmawan, D., Alamsyah, P., Jurusan, I. R., Nonformal, P., Keguruan, F., Pendidikan, I., Sultan, U., Tirtayasa, A., & Artikel, I. (2020). Participatory Learning and Action untuk Menumbuhkan Quality of Life pada Kelompok Keluarga Harapan Di Kota Serang. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 4(2), 160–169. <https://doi.org/10.15294/pls.v4i2.41400>
- Dinas Pangan. (2020). *Acuan Pengelolaan Lumbung Pangan Masyarakat di Kabupaten Lima Puluh Kota*.
- Hendra, M., Judijanto, L., Prananda, G., Amin Fatulloh, M., & Rimbano, D. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Digital Marketing Untuk Usaha Mikro Dan Kecil. *Murthada Journal of Human And Education*, 4(6), 186–191.
- Jamaluddin, A., Abdullah, S., & Salahuddin, S. (2023). Sikap Dan Partisipasi Petani Dalam Kegiatan Penyuluhan Padi Sawah Di Kelurahan Labibia Kota Kendari. *Jurnal Ilmiah Penyuluhan Dan Pengembangan Masyarakat*, 3(3), 69. <https://doi.org/10.56189/jippm.v3i3.47154>
- Lestari, A., Mariyani, S., & Setiawati, T. (2024). Partisipasi Petani Dalam Pelatihan Teknik Budidaya Jamur Merang Di Kabupaten Karawang. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(6), 6391. <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i6.27539>
- Marina, I., Dinar, & Izzah, L. H. (2022). Penguatan Lumbung Pangan Masyarakat Melalui Program Kemitraan. *Journal Of Sustainable Agribusiness*, 01(02), 53–60.
- Mariyani, S. (2017). *Strategi Pengembangan Lumbung Pangan Dalam Mendukung Ketersediaan Pangan Rumah Tangga Petani Padi Anggota Lumbung Pangan Di Kecamatan Ambarawa, Kabupaten Pringsewu*. Universitas Lampung.
- Mariyani, S., Melani, A., Mustikasari, F., Rom, M., Fikri, A., & Sam'un, M. (2024). Community Empowerment Through The Utilization Of P2L (Pekarangan

- Pangan Lestari) To Support Food Security In Sindangkarya Village, Kutawaluya District, Karawang. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 20(2), 380–388.
- Mariyani, S., Pandjaitan, N. K., & Sihaloho, M. (2022). The Role of Food Institutions in Rainfred Farmers Community in South Lampung District. *Jurnal Agrimanex*, 2(2), 142–153. <https://journal.unsika.ac.id/agrimanex/article/view/6361>
- Paramitasari, N., & Magdalena, B. (2021). Penerapan Merek Dan Digital Marketing Dalam Produksi Pangan Beras Desa Banjarsari. *IJCCS*, 2(1), 42–51. <https://jurnal.saburai.id/index.php/JAMS/article/view/1226>
- Purwaningsih, Y. (2008). Ketahanan Pangan: Situasi, Permasalahan, Kebijakan, Dan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.23917/jep.v9i1.1028>
- Rachmah, O. Z., & Ikomatussuniah. (2022). Pengaruh Lumbung Pangan (Food Estate) Guna Meningkatkan Ketahanan Pangan Nasional Terhadap Masyarakat. <https://www.researchgate.net/publication/364060057>.
- Rachmat, M., Budhi, G. S., Supriyati, N., & Sejati, W. K. (2016). Lumbung Pangan Masyarakat: Keberadaan dan Perannya dalam Penanggulangan Kerawanan Pangan. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 29(1), 43. <https://doi.org/10.21082/fae.v29n1.2011.43-53>
- Raharto, A. (2020). Penanggulangan Covid-19 Dalam Kerangka Teori Kependudukan Malthus. *Jurnal Kependudukan Indonesia, Edisi Khusus Demografi dan COVID-19*, 1–6.
- Sanjaya, K. P. A., Hartati, N. P. S., & Premayani, N. W. W. (2020). Pemberdayaan Pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Berdikari Melalui Implementasi Digital Marketing System History Article. *Caradde: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 65–75. <https://doi.org/10.31960/caradde.v3i2.467>
- Sawitri Dj, A. W., & Sudarma, I. M. (2018). Peranan Lumbung Pangan Dalam Menjaga Ketahanan Pangan Di Kabupaten Tabanan. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 6(2), 20–23. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/agribisnis/article/view/45155>
- Septiani, Y., & Muryanti. (2023). *Peningkatan Pengetahuan Dan Keterampilan Masyarakat Dalam Digital Marketing Hybrid*.
- Utami, Q., & Suprpti, I. (2020). Faktor Modal Sosial Terhadap Ketahanan Pangan Rumah Tangga Petani Jagung Lokal Desa Guluk Guluk Kabupaten Sumenep. *Agriscience*, 1(1), 138–150. <http://journal.trunojoyo.ac.id/agriscience>
- Zusrony, E., Santoso, A. B., Widyaningsih, D., Dianta, I. A., Purhita, E. J., Sumarlin, T., Aqham, A. A., Andriana, M., Fitrianto, Y., & Kusumaningtyas, D. D. (2024). Pelatihan Pemasaran Digital dalam Upaya Peningkatan Kemandirian Ekonomi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *ADMA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 1–8. <https://doi.org/10.30812/adma.v5i1.4023>