

## PEMBERDAYAAN KELOMPOK TANI HUTAN MELALUI INOVASI BUDIDAYA DAN DIGITALISASI PEMASARAN MADU KLANCENG

Deuis Nur Astrida<sup>1\*</sup>, M. Syaiful Amin<sup>2</sup>, Faridatun Nida<sup>3</sup>, Azmi Alfarizi<sup>4</sup>,  
Evril Fadrekha Cahyani<sup>5</sup>, Nur Afifatul Khasanah<sup>6</sup>

<sup>1,2,4,6</sup>Teknologi informasi, Universitas Amikom Purwokerto, Indonesia

<sup>3</sup>Bisnis Digital, Universitas Amikom Purwokerto, Indonesia

<sup>5</sup>Sistem Informasi, Universitas Amikom Purwokerto, Indonesia

[deuis@amikompurwokerto.ac.id](mailto:deuis@amikompurwokerto.ac.id)

### ABSTRAK

**Abstrak:** Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan bersama Kelompok Tani Hutan (KTH) Pring Sedapur Kabupaten Banyumas, yang memiliki potensi besar dalam budidaya lebah madu klanceng namun menghadapi keterbatasan produksi, legalitas usaha, serta strategi pemasaran. Memperkuat kapasitas teknis budidaya, meningkatkan nilai tambah produk melalui inovasi kemasan dan branding, serta mendorong transformasi pemasaran digital dan legalitas usaha. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan *hardskill* dan *softskill* mitra, khususnya dalam kemampuan produksi serta pemasaran (*branding* dan *digital marketing*) agar lebih kompeten dan berdaya saing. Kegiatan dilaksanakan dengan metode gabungan yang meliputi pelatihan, ceramah, praktik langsung, pendampingan, dan evaluasi. Mitra kegiatan ini adalah Kelompok Tani Wanita (KWT) Cipto Roso beranggotakan 10 orang. Evaluasi dilakukan melalui observasi dan kuesioner pra-pasca kegiatan untuk menilai peningkatan kemampuan produksi dan pemasaran digital. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan keterampilan mitra sebesar 95% dalam aspek produksi dan pemasaran (*branding* dan *digital marketing*). Program ini memberikan dampak positif berupa penguatan ekonomi lokal, kemandirian usaha, serta terciptanya model pemberdayaan berbasis potensi desa yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Budidaya Lebah Klanceng; Pemberdayaan Masyarakat; Branding; Pemasaran Digital.

**Abstract:** This community service activity was carried out with the Pring Sedapur Forest Farmers Group (KTH) in Banyumas Regency, which has great potential in stingless bee cultivation but faces limitations in production, business legality, and marketing strategies. Strengthening the technical capacity of cultivation, increasing product added value through packaging and branding innovation, and encouraging digital marketing transformation and business legality. In addition, this activity also aims to improve the hard and soft skills of partners, especially in production and marketing capabilities (*branding* and *digital marketing*) to be more competent and competitive. The activity was carried out using a combined method that included training, lectures, direct practice, mentoring, and evaluation. The partner for this activity was the Cipto Roso Women's Farmers Group (KWT) with 10 members. Evaluation was carried out through observations and pre-post activity questionnaires to assess improvements in production and digital marketing capabilities. The results showed a 90% increase in partner skills in production and marketing aspects (*branding* and *digital marketing*). This program has a positive impact in the form of strengthening the local economy, business independence, and the creation of a sustainable village potential-based empowerment model.

**Keywords:** Stingless Bee Farming; Community Empowerment; Branding; Digital Marketing.



#### Article History:

Received: 10-09-2025

Revised : 24-10-2025

Accepted: 25-10-2025

Online : 12-12-2025



This is an open access article under the  
[CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

## A. LATAR BELAKANG

Kabupaten Banyumas di Provinsi Jawa Tengah memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor industri rumah tangga berbasis sumber daya lokal (Rahab et al., 2024). Desa Tamansari, Kecamatan Karanglewas, merupakan salah satu wilayah dengan kekayaan hayati dan lingkungan yang mendukung bagi pengembangan usaha berbasis potensi alam, seperti budidaya lebah madu klanceng (Inayah et al., 2023). Aktivitas ini telah mulai dikelola oleh Kelompok Tani Hutan (KTH) Pring Sedapur yang berupaya mengoptimalkan sumber daya hutan melalui produksi madu secara swadaya (Hamzari et al., 2021). Budidaya lebah klanceng menjadi salah satu bentuk pemanfaatan sumber daya hutan yang ramah lingkungan dan bernilai ekonomi tinggi (Pertiwi et al., 2023). Mengingat Indonesia memiliki keanekaragaman flora yang menyediakan pakan alami bagi lebah sepanjang tahun (Putri, 2023).

Peningkatan produksi menjadi variabel utama dalam penguatan ekonomi masyarakat berbasis potensi local (Wulandari et al., 2017). Produksi madu klanceng di Desa Tamansari masih terbatas karena keterbatasan jumlah koloni dan peralatan budidaya (Kartikasari, 2023). Dalam konteks ini, kegiatan pemberdayaan masyarakat diarahkan untuk meningkatkan kapasitas teknis petani dalam budidaya lebah klanceng, mulai dari perawatan koloni, pengelolaan sarang, hingga proses panen yang efisien dan berkelanjutan (Ariyanto et al., 2021). Optimalisasi produksi madu lokal akan memberikan nilai tambah ekonomi sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi desa (Sofia et al., 2017).

Selain aspek produksi, legalitas usaha menjadi variabel penting dalam pengembangan keberlanjutan bisnis masyarakat (Rainasiar et al., 2023). Produk madu yang dihasilkan KTH Pring Sedapur hingga saat ini belum memiliki izin edar resmi seperti PIRT, yang menjadi prasyarat untuk memperluas pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen (Rahmawati et al., 2024). Ketidaklengkapan legalitas sering kali menjadi kendala utama dalam distribusi produk lokal ke pasar modern maupun platform digital (Hidayat & Sari, 2024). Oleh karena itu, kegiatan pendampingan diarahkan pula untuk membantu proses pengurusan perizinan, pembentukan kelembagaan formal, serta peningkatan kesadaran hukum dalam pengelolaan usaha (Kamilya et al., 2024).

Variabel ketiga yang menjadi fokus kegiatan adalah strategi branding dan pemasaran produk (Safitra, 2017). Di era digital, keberhasilan suatu produk lokal tidak hanya ditentukan oleh kualitas isi, tetapi juga oleh citra merek dan kemasan yang menarik (Ignasia, 2025). Produk madu klanceng KTH Pring Sedapur hingga kini belum memiliki identitas merek yang kuat, desain kemasan standar, serta strategi promosi yang konsisten. Penerapan teknologi digital seperti penggunaan media sosial dan marketplace diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan nilai jual produk (Adisasongko, 2020). Melalui branding yang kuat, madu lokal

dapat bersaing dengan produk sejenis dari wilayah lain dan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan petani (Herawaty et al., 2025).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan Ketua KTH Pring Sedapur, ditemukan beberapa permasalahan utama, antara lain rendahnya produktivitas akibat keterbatasan jumlah koloni, belum adanya izin edar dan merek dagang, serta pemasaran yang masih bergantung pada pengepul (Issue et al., 2025). Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan ini mencakup peningkatan kapasitas teknis budidaya, penyediaan sarana tambahan produksi, pendampingan pengurusan legalitas, serta penguatan strategi branding dan pemasaran digital (Kartika, 2013). Pendekatan pelatihan partisipatif, praktik langsung, serta pendampingan berkelanjutan dipilih agar mitra dapat mandiri dalam mengelola usaha mereka (Rahmawati et al., 2024).

Beberapa penelitian terdahulu mendukung urgensi pengembangan budidaya lebah madu sebagai bentuk pemberdayaan ekonomi masyarakat. Sofia et al. (2017) menyebutkan bahwa lebah madu memiliki potensi ekonomi yang tinggi karena menghasilkan berbagai produk bernilai tambah seperti madu, propolis, dan royal jelly. Kartikasari (2023) menegaskan bahwa keberhasilan budidaya lebah sangat dipengaruhi oleh kondisi lingkungan yang sehat dan adanya pendampingan teknis berkelanjutan. Sementara penelitian Rahmawati et al. (2024) menunjukkan bahwa kombinasi pelatihan produksi dan pemasaran digital mampu meningkatkan daya saing produk lokal hingga 80% dibandingkan model tradisional.

Penelitian lain juga menunjukkan bahwa strategi branding dan digital marketing menjadi faktor penentu keberhasilan produk lokal dalam menghadapi pasar modern. Adisasongko (2020) menjelaskan bahwa penggunaan media digital seperti Canva dan marketplace dapat membantu kelompok tani menciptakan kemasan dan identitas visual yang profesional. Sementara itu, Herawaty et al. (2025) menyoroti pentingnya pelatihan desain kemasan sebagai sarana meningkatkan daya tarik konsumen dan memperluas jangkauan pasar. Oleh karena itu, pendekatan integratif antara pelatihan teknis, branding, dan digitalisasi menjadi kunci dalam membangun kemandirian usaha berbasis potensi lokal (Artikel, 2025).

Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas kelompok tani dalam budidaya lebah madu klanceng melalui peningkatan produktivitas, inovasi kemasan, pendampingan legalitas usaha, dan transformasi pemasaran digital. Melalui kegiatan ini diharapkan kelompok tani dapat mengembangkan usaha yang berdaya saing, mandiri, serta memberikan dampak ekonomi berkelanjutan bagi masyarakat Desa Tamansari. Dengan sinergi antara penguatan produksi, legalitas, dan branding, program ini menjadi model pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal yang adaptif terhadap perkembangan ekonomi kreatif dan digital.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Mitra dalam kegiatan ini adalah Kelompok Tani Hutan (KTH) Pring Sedapur yang beranggotakan 10 orang masyarakat desa yang mengelola dan memanfaatkan madu klanceng (Levicep dan tawon Ondohan) sebagai sumber ekonomi. Mitra memiliki potensi besar dalam produksi madu, namun masih menghadapi kendala pada aspek pengelolaan, pemasaran, serta digitalisasi usaha.

Metode kegiatan yang digunakan adalah metode gabungan, meliputi ceramah, pelatihan, simulasi, dan pendampingan langsung di lapangan. Pendekatan ini dipilih agar transfer pengetahuan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga praktis dan aplikatif sesuai kebutuhan mitra. Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi tiga tahapan utama sebagai berikut:

### **1. Tahap Pra-Kegiatan**

Pada tahap ini dilakukan pemetaan potensi dan kebutuhan masyarakat, identifikasi permasalahan utama dalam pengelolaan madu klanceng, serta persiapan materi dan media pelatihan. Tim pengabdian yang terdiri dari 3 dosen dan 3 mahasiswa asisten berperan dalam perencanaan teknis dan penyusunan materi pelatihan.

### **2. Tahap Pelaksanaan**

Tahap ini mencakup kegiatan pelatihan budidaya lebah madu, pelatihan pengemasan dan pemasaran, serta praktik langsung dan simulasi produksi. Selain itu, dilakukan pendampingan usaha dan digitalisasi akun untuk membantu mitra dalam promosi serta pemasaran produk melalui media digital. Seluruh kegiatan dilaksanakan dengan metode ceramah, diskusi interaktif, dan praktik lapangan agar mitra lebih mudah memahami dan menerapkan materi.

### **3. Tahap Evaluasi**

Evaluasi dilakukan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran angket pra–pasca kegiatan untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra. Aspek yang dinilai meliputi kemampuan budidaya, pengemasan, pemasaran digital, dan pengelolaan usaha madu klanceng. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam partisipasi dan kompetensi mitra setelah kegiatan dilaksanakan.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan kelompok tani hutan pring sedapur dalam penguatan produksi, legalitas usaha dan strategi branding bididaya lebah madu terdiri dari 3 tahapan yaitu:

### 1. Tahap Pra-Kegiatan

Tahap pra-kegiatan diawali dengan kegiatan pemetaan potensi dan kebutuhan masyarakat di Kelompok Tani Hutan (KTH) Pring Sedapur. Tim pelaksana melakukan observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi mitra, terutama terkait rendahnya produktivitas madu klanceng serta keterbatasan kemampuan dalam pengemasan dan pemasaran produk, seperti terlihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Pemetaan Potensi dan Kebutuhan Mitra

Hasil pemetaan menunjukkan bahwa jenis lebah yang dibudidayakan memiliki produktivitas rendah, serta belum adanya sistem branding dan strategi pemasaran yang optimal. Berdasarkan temuan tersebut, tim menyusun materi pelatihan yang mencakup budidaya lebah madu, teknik panen, pengemasan, strategi pemasaran, dan digitalisasi usaha. Media pembelajaran yang digunakan meliputi modul cetak, video tutorial, dan platform Canva sebagai alat bantu desain kemasan. Kombinasi media ini memudahkan mitra memahami materi secara visual dan interaktif serta langsung mempraktikkan keterampilan desain kemasan yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu, tim juga menyiapkan alat budidaya, sarang lebah, serta alat pelindung diri (APD) sebagai sarana praktik langsung bagi peserta.

### 2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan mencakup serangkaian kegiatan pelatihan dan praktik langsung, yang terdiri dari:

#### a. Pelatihan Budidaya Lebah Madu

Peserta diberikan materi tentang pemilihan jenis koloni, penanganan koloni, serta teknik pemeliharaan lebah agar produksi madu optimal. Praktik langsung dilakukan di lokasi koloni dengan pendampingan tim ahli. Pelatihan dilakukan dengan sangat antusias seperti yang tertera pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Pelatihan Pengenalan Jenis Koloni Lebah dan Vegetasi

b. Pelatihan Teknik Pengemasan dan Pemasaran

Mitra dilatih untuk mengemas madu dalam berbagai bentuk (botol, *sachet*, *spout*) serta membuat desain label menarik menggunakan Canva. Selain itu, diberikan pemahaman tentang pentingnya branding dan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar, seperti terlihat pada Gambar 3.



**Gambar 3.** Pelatihan Simulasi Produksi

c. Praktik Langsung dan Simulasi Produksi

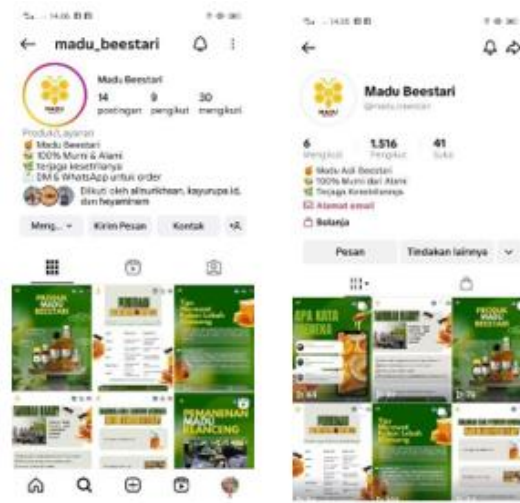
Mitra melakukan simulasi panen, pengemasan, dan pemasaran sederhana dengan bimbingan langsung. Kegiatan ini memastikan peserta memahami alur produksi madu secara menyeluruh mulai dari sarang hingga produk siap jual, seperti terlihat pada Gambar 4.



**Gambar 4.** Pelatihan Simulasi Produksi

d. Pendampingan Usaha dan Digitalisasi Akun

Tim membantu peserta membuat akun digital bisnis di platform seperti Instagram Bisnis, Tiktok, dan WhatsApp Bisnis. Pendampingan meliputi pembuatan konten promosi, desain kemasan, dan strategi unggahan berkala untuk mempertahankan keberlanjutan usaha digital, seperti terlihat pada Gambar 5.



**Gambar 5.** Marketplace Madu Beestari

Kegiatan pada tahap ini diikuti secara aktif oleh seluruh peserta dengan antusiasme tinggi. Hasilnya, mitra mulai mampu mengelola produksi madu secara mandiri, membuat kemasan yang lebih menarik, dan menggunakan platform digital untuk memasarkan produk mereka.

### 3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner prapasca kegiatan untuk mengukur peningkatan keterampilan dan dampak kegiatan terhadap mitra. Aspek yang dievaluasi meliputi produksi, manajemen usaha, legalitas, branding dan pemasaran, publikasi, serta dampak sosial ekonomi. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kemampuan mitra secara signifikan di berbagai aspek sebagaimana ditampilkan pada Tabel 1 berikut:

**Tabel 1.** Peningkatan Kemampuan Mitra

No	Aspek Keterampilan	Sebelum Kegiatan	Setelah Kegiatan	Peningkatan
1	Produksi	2	4	+2
2	Manajemen usaha	1	4	+3
3	Legalitas	1	4	+2
4	Branding	2	4	+2
5	Pemasaran	1	4	+3



Langkah Perhitungan: Skor maksimal tiap aspek = 4; Total skor maksimal =  $4 \times 5$  aspek = 20; Skor kondisi awal =  $2 + 1 + 1 + 2 + 1 = 7$ ; Skor setelah kegiatan =  $4 + 4 + 3 + 4 + 4 = 19$ . Persentase Keberhasilan:

$$\text{Persentase Keberhasilan} = \frac{\text{Skor Setelah Kegiatan}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\%$$

$$\text{Persentase Keberhasilan} = \frac{19}{20} \times 100\% = 95\%$$

Persentase keberhasilan kegiatan secara keseluruhan adalah 95%. Artinya, kegiatan pengabdian ini berhasil mencapai hampir seluruh target peningkatan kompetensi mitra di berbagai aspek (produksi, manajemen, legalitas, branding, dan pemasaran).

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pendampingan Kelompok Tani Hutan (KTH) Pring Sedapur dalam penguatan produksi, legalitas usaha, dan strategi branding budidaya lebah madu berbasis potensi lokal berhasil dilaksanakan melalui tujuh tahapan yang terstruktur, mulai dari pemetaan potensi dan kebutuhan masyarakat hingga monitoring serta evaluasi. Program ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga pengalaman praktis yang komprehensif bagi peserta. Melalui pelatihan budidaya, teknik pengemasan, pemasaran digital, dan pendampingan pembuatan akun usaha, mitra memperoleh keterampilan yang relevan dengan kebutuhan pasar saat ini. Penerapan teknologi digital dan praktik langsung turut memperkuat kemandirian mitra dalam mengelola usaha. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan keterampilan mitra sebesar 95% dari kondisi awal, mencakup aspek produksi, manajemen usaha, legalitas, branding, dan pemasaran. Ke depan, kegiatan serupa disarankan difokuskan pada penguatan jejaring pemasaran, sertifikasi produk, serta diversifikasi olahan madu agar keberlanjutan dan daya saing usaha mitra dapat terus meningkat.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana kegiatan mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemdiktisaintek) yang telah memberikan dukungan pendanaan sehingga program *Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat* ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada LPPM Universitas Amikom Purwokerto dan Universitas Amikom Purwokerto atas dukungan kelembagaan, serta kepada kelompok tani hutan Pring Sedapur Beestari sebagai mitra pengabdian.



## DAFTAR RUJUKAN

- Adisasongko, N. (2020). Pemanfaatan Media Video Tutorial Sebagai Alternatif Pembelajaran di Masa Pandemi pada Peserta Didik Kompetensi Keahlian TKR SMK. *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana*, 3(1), 831.
- Ariyanto, D. P., Agustina, A., & Widiyanto, W. (2021). Budidaya Lebah Klanceng sebagai Ekonomi Alternatif Masyarakat Sekitar KHDTK Gunung Bromo UNS. *PRIMA: Journal of Community Empowering and Services*, 5(1), 84. <https://doi.org/10.20961/prima.v5i1.45231>
- Canon, S., Mopangga, H., Abdul, I., Santoso, I. R., Dai, S. I. S., Akib, F. H. Y., ... & Jacobus, R. C. (2025). Pemberdayaan UMKM Berbasis Potensi Pesisir melalui Inovasi Kewirausahaan di Desa Molotabu. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 6(4), 4734-4740.
- Hamzari, Hapid, A., & Hamka. (2021). Pengembangan Usaha Budidaya Lebah Madu Di Desa Jono Oge Kabupaten Sigi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 23–27.
- Herawaty, V., Ayu Aulia Oktaviani, Florus Daeli, Ice Nasyrah Noor, Nuhfendi, Nugraha Fauzan Nafis, & Febby Marta Juwita. (2025). Pelatihan pemanfaatan Canva: Membuat konten promosi untuk peningkatan penjualan. *BEMAS: Jurnal Bermasyarakat*, 6(1), 99–107. <https://doi.org/10.37373/bemas.v6i1.1317>
- Hidayat, M. N. A., & Sari, R. P. (2024). Optimalisasi legalitas dan pemasaran dalam mendukung pertumbuhan UMKM (studi kasus pada UMKM di Kecamatan Sawahan Surabaya). *Jurnal Ilmiah Nusantara ( JINU)*, 1(4), 1026–1034. <https://doi.org/10.61722/jinu.v1i4.2171>
- Ignacia, J. E., Safitri, S., Zunaidi, A., Romansyah, N., Safitri, L. D., Batavia, M. A., ... & Putri, F. D. R. (2025). Inovasi Kemasan Ramah Lingkungan untuk Produk Gula Merah: Pelatihan Branding bagi UMKM Kampung Baduy Mualaf Lembah Barokah Ciboleger. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 185-191.
- Inayah, F., Hikmah, H. A., & Hasanah, L. (2023). Pengembangan Potensi Lokal Desa Sebagai Upaya dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa Tipar. *Pedamas (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(2), 799–808.
- Febrianti, H., Ifa, L., & Yani, S. (2025). Analisis dampak lingkungan budidaya ikan terhadap kondisi lingkungan di Kelurahan Panaikang Kecamatan Panakukang Kota Makassar. *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi (JUTIN)*, 8(1), 1161-1169.
- Kamilya, S. R., Kadarsah, A., & Satriadi, T. (2024). Produksi Madu dan Identifikasi Tumbuhan Sumber Pakan Lebah Kelulut Heterotrigona itama pada Meliponikultur di Desa Padang Panjang. *Jurnal Natural Scientiae*, 4(2), 11–26. <https://doi.org/10.20527/jns.v4i2.12852>
- Kartika, R. (2013). Peluang Mengembangkan Kewirausahaan Desa Berbasis Potensi Desa (Studi Deskriptif di Desa Karang Rejo Kecamatan Negeri Katon Kabupaten Pesawaran, Kampung Suka Jawa Kecamatan Bumi Ratu Kabupaten Lampung Tengah dan Desa Sidoasri Kecamatan Candi Puro Kabupate. *Jurnal Bina Praja*, 05(04), 281–300. <https://doi.org/10.21787/jbp.05.2013.281-300>
- Kartikasari, D., Muslimin, M. A. I. I., & Putri, D. F. A. (2023). Pembudidayaan Lebah Klanceng di Peternakan Azka Trigona Desa Jiwut, Kabupaten Blitar. *RADIKULA: Jurnal Ilmu Pertanian*, 2(2), 100-112.
- Pertiwi, Y. A. B., Apriyanto, D., Agustina, A., Nufus, M., & Nayasilana, I. N. (2023). Peningkatan Produksi Madu Klanceng di Hutan Rakyat untuk Kesejahteraan Masyarakat dan Kelestarian Lingkungan di Kemalang, Klaten. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 288–296. <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.9.3.288-296>

- Putri, D. D., Wijayanti, I. K. E., & Zulkifli, L. (2023). Peningkatan kapasitas manajemen usaha pengolahan singkong di Desa Tamansari, Kecamatan Karanglewas. *Prosiding Seminar Nasional LPPM Universitas Jenderal Soedirman*, 13, 148–157.
- Rahab, R., Nurrahman, R., & Sulaiman, A. I. (2024). Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Melalui Agrowisata di Kabupaten Banyumas. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 8(1), 30–40. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2024.8.1.30-40>
- Rahmawati, D., Meliana, M., Wahyuni, W. T., Maulidiyah, I., Saqila, E., Eilma, S., Fauziah, N., Nevy, B., Maulidiyah, M., Diana, S. N., Shabira, A. S., Seran, M., & Lovirna, F. (2024). Pentingnya Izin PIRT Bagi UMKM. *Jurnal Riset Ilmu Farmasi Dan Kesehatan*, 2(1).
- Rainasiar, A., Noor, T. I., & Isyanto, A. Y. (2023). Pendapatan Usaha Lebah Klanceng Pola Kemitraan Dengan Pt Mahakarya Berkah Madani Di Desa Karangampel Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 10(3), 1747-1756.
- Safitra, R. (2017). Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 6(1), 30–43.
- Sofia, Zainal Sofyan, & Emi Roslinda. (2017). Pengelolaan Madu Hutan Berbasis Kearifan Lokal Masyarakat di Desa Semalah dan Desa Melemba Kawasan Danau Sentarum Kabupaten Kapuas Hulu. *Jurnal Hutan Lestari*, 5(2), 209–216. <http://dx.doi.org/10.26418/jhl.v5i2.19096>
- Wulandari, A. P., Atmowidi, T., & Kahono, D. S. (2017). Peranan Lebah Trigona laeviceps (Hymenoptera: Apidae) dalam Produksi Biji Kailan (Brassica oleracea var. alboglabra). *Jurnal Agronomi Indonesia (Indonesian Journal of Agronomy)*, 45(2), 196. <https://doi.org/10.24831/jai.v45i2.13236>