

# Pemberdayaan Masyarakat melalui Diversifikasi Produk Olahan Pala (*Myristica Fragrans*) menjadi Kerupuk Kulit Pala (*Community Empowerment through Diversification Of Processed Nutmeg (Myristica Fragrans) Products into Nutmeg Skin Crackers*)

Suci Siti Lathifah<sup>1\*</sup>, Diana Widiastuti<sup>2</sup>, Siti Aqilah<sup>3</sup>, Najla Nurul Amalia<sup>4</sup>, Azzura Gryniprillady Meyradhia<sup>5</sup>

Universitas Pakuan, Jawa Barat<sup>1,2,3,4,5</sup>

[sucisithifah@unpak.ac.id](mailto:sucisithifah@unpak.ac.id)<sup>1\*</sup>, [dianawidi25@unpak.ac.id](mailto:dianawidi25@unpak.ac.id)<sup>2</sup>, [sitiaqilah555@gmail.com](mailto:sitiaqilah555@gmail.com)<sup>3</sup>



## Riwayat Artikel

Diterima pada 26 Oktober 2023

Revisi 1 pada 29 Oktober 2023

Revisi 2 pada 1 November 2023

Revisi 3 pada 18 November 2023

Disetujui pada 23 November 2023

## Abstract

**Purpose:** This study aimed to (1) empower the community in the Cita Tani Mandiri women's group by diversifying processed nutmeg products into nutmeg skin crackers. (2) Developing digital-based marketing for processed nutmeg products.

**Methodology:** The implementation of community empowerment activities is carried out through two activities: training and mentoring, which is complemented by learning-by-doing techniques. Training activities were divided into (1) Survey of Partners' knowledge, (2) delivery of the theory of making crackers, and (3) demonstration and direct practice of making nutmeg leather crackers. Assistance activities include (1) assistance in making logos, brands, and product packaging; (2) assistance in marketing products using marketplaces; and (3) Monitoring and Evaluation.

**Results:** The results obtained from this activity are: (1) increasing the skills of the members of the Cita Mandiri Farmers Group regarding the diversification of processed nutmeg products into nutmeg crackers; and (2) increasing the knowledge of the members of the Cita Mandiri Farmers Group regarding digital marketing strategies.

**Limitations:** This activity was limited to processing and marketing nutmeg crackers.

**Contribution:** This activity contributes to marketing management of processed nutmeg products.

**Keywords:** *Empowerment, product diversification, nutmeg*

**How to cite:** Lathifah, S. S., Widiastuti, D., Aqilah, S., Amalia, N. N., Meyradhia, A. G. (2023). Pemberdayaan Masyarakat melalui Diversifikasi Produk Olahan Pala (*Myristica Fragrans*) menjadi Kerupuk Kulit Pala. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 175-182.

## 1. Pendahuluan

Indonesia sebagai produsen pala terbesar yaitu sekitar 76% (Assagaf et al., 2021). Berdasarkan data statistik Kabupaten Bogor sebagai produsen utama pala di Jawa Barat dengan luas areal 1.696 ha. Seluas 962,7 ha telah menghasilkan pala dengan produksi 490 ton dengan rata-rata produktivitasnya sebesar 508,98 kg/ha. Kerena itu tanaman pala merupakan salah satu komoditas unggulan lokal perkebunan, yang pada umumnya ditanam pada lahan perkebunan rakyat dan tersebar di 11 Kecamatan (Fallis, 2013). Kecamatan Tamansari merupakan kecamatan terbesar ke dua dalam produksi buah pala setelah Cisarua dengan jumlah produksi yaitu 63.212 kg. Oleh karena itu Kecamatan Tamansari merupakan salah satu sentra produksi pala di Kabupaten Bogor (Harni & Jahroh, 2017). Tanaman Pala (*Myristica fragrans*) adalah salah satu tanaman asli Indonesia yang berasal dari pulau Banda. Tanaman ini berbentuk pohon yang tingginya mencapai 20 m dengan diameter batang 30-45 cm berbentuk bulat tegak dan bergetah merah muda. Daun tunggal, lonjong, panjang 8-10 cm, permukaan daun berwarna

hijau mengilap. Bunga majemuk berbentuk malai di ketiak daun, berwarna kuning. Buah bulat bundar menggantung, terbagi memanjang menjadi dua alur, dengan daging buah yang tebal, keras, banyak getah encer dan sepat. Biji hitam kecoklatan dan fuli yang berbentuk lonjong dengan warna kuning hingga merah (R. M. N. Hidayat, 2015). Buah pala terdiri atas daging buah (77,8%), fuli (4%), tempurung (5,1%), dan biji (13,1%) (Karmanah et al., 2020; Y. L. Fernando & S. M. Senevirathne, 2020).

Buah Pala memiliki berbagai macam manfaat untuk kesehatan seperti melancarkan pencernaan, menambah nafsu makan, menghilangkan rasa nyeri, dan meredakan asam lambung (Pratiwi, 2019). Buah pala terdiri atas biji, fuli atau selaput biji, daging buah, dan kulit atau cangkang. Dari bagian buah pala tersebut yang banyak dimanfaatkan adalah bagian biji buahnya sebagai bumbu dapur dan daging buahnya. Masyarakat di Desa Tamansari di bawah Kelompok Wanita Tani Cita Tani Mandiri banyak yang memanfaatkan buah pala bagian fuli dan bijinya karena harga jualnya yang tinggi dibandingkan daging buahnya. Harga fuli/selaput biji pala berkisar Rp. 250.000,-/kg sedangkan untuk biji pala kering harganya berkisar Rp. 85.000,-/kg. Sedangkan bagian buah pala yang paling banyak yaitu daging buahnya. Daging buah pala diolah menjadi manisan, sari pala, dan sirup pala yang akan dibuat bila terdapat permintaan. Disamping itu buah Pala hanya dimanfaatkan biji dan dagingnya saja, untuk kulitnya yang merupakan limbah buah Pala belum dimanfaatkan dengan baik. Padahal bagian kulit buah pala, memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi berbagai macam olahan. Kulit buah pala mengandung minyak atsiri. Manfaat minyak atsiri diantaranya mengatasi stres dan gangguan cemas, mengobati sakit kepala dan migraine (Rijal et al., 2016). Selama ini, banyak kulit buah pala yang dibuang begitu saja, padahal potensi dari kulit buah pala menjadi produk yang bernilai dan berdampak pada peningkatan perekonomian masyarakat. Disamping itu juga mendukung proses pengolahan produk yang zero waste, karena dari satu buah pala tidak ada satupun yang terbuang dengan percuma.

Salah satu produk inovasi yang coba dikembangkan adalah kerupuk berbahan kulit buah pala. Kerupuk dipilih karena kerupuk merupakan makanan yang sudah tidak asing lagi di masyarakat. Kerupuk adalah camilan populer di Indonesia karena kenyamanan, keterjangkauan, dan daya tarik bagi semua kelompok umur. Namun, banyak camilan tradisional kekurangan nilai gizi, karena tinggi karbohidrat dan lemak. Untuk mengatasi hal ini, para peneliti telah mengeksplorasi memasukkan bahan-bahan alternatif ke dalam produksi kerupuk (Putra et al., 2019; Santoso & Pamungkingtyas, 2022). Kerupuk yang banyak di pasaran diantaranya kerupuk bawang, kerupuk kulit, dan kerupuk udang. Kerupuk yang berbahan kulit buah pala belum ada di pasaran dan bisa menjadi peluang di tengah persaingan pasar. Kulit pala dapat digunakan sebagai campuran penambah rasa yang mempunyai manfaat kesehatan. Kulit buah pala mengandung minyak atsiri menjadi nilai tambah karena minyak atsiri bermanfaat mengatasi stres dan gangguan cemas, mengobati sakit kepala dan migraine (Khanam et al., 2023). Pemberian pengetahuan dan pengalaman mengolah kulit buah pala menjadi kerupuk diharapkan dapat dipraktikkan sehingga dapat menambah pemasukan bagi masyarakat mitra yang selama ini memperoleh pemasukan dari mengupas kulit buah pala saja.

Tidak hanya itu olahan kuliner buah pala yang dikelola Kelompok Tani Cita Tani Mandiri pun menjadi bertambah. Setelah masyarakat mitra mendapatkan keterampilan mengolah kulit pala menjadi kerupuk, selanjutnya akan dilakukan pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan logo dan merek serta kemasan yang menarik. Hal ini perlu karena keterampilan masyarakat mitra dalam hal tersebut masih minim, karena teknik pengemasan yang efektif, akan dapat meningkatkan nilai jual produk yang dijual, sehingga meningkatkan volume penjualan dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan kelompok mitra (Prihatin & Syahnur, 2021). Selama ini masyarakat mitra hanya mengemas seadanya tanpa ada logo dan merk, atau meminta kepada jasa percetakan untuk membuatnya, tentunya hal tersebut kurang efektif dan efisien. Setelah kemampuan membuat logo, merk dan kemasan telah dipunyai oleh masyarakat mitra, selanjutnya dilakukan pelatihan dan pendampingan untuk pemasaran produk. Selain teori-teori pemasaran, masyarakat pun akan diperkenalkan dan didampingi hingga dapat memasarkan produk pada minimal 2 jenis market place. Bisnis yang menggunakan pemasaran digital memiliki banyak peluang untuk mendapatkan konsumen. Dapat dikatakan bahwa penggunaan media online dalam pemasaran merupakan cara yang paling tepat untuk menyampaikan informasi yang lengkap kepada masyarakat luas (Ahmadi et al., 2021). Dengan demikian kegiatan

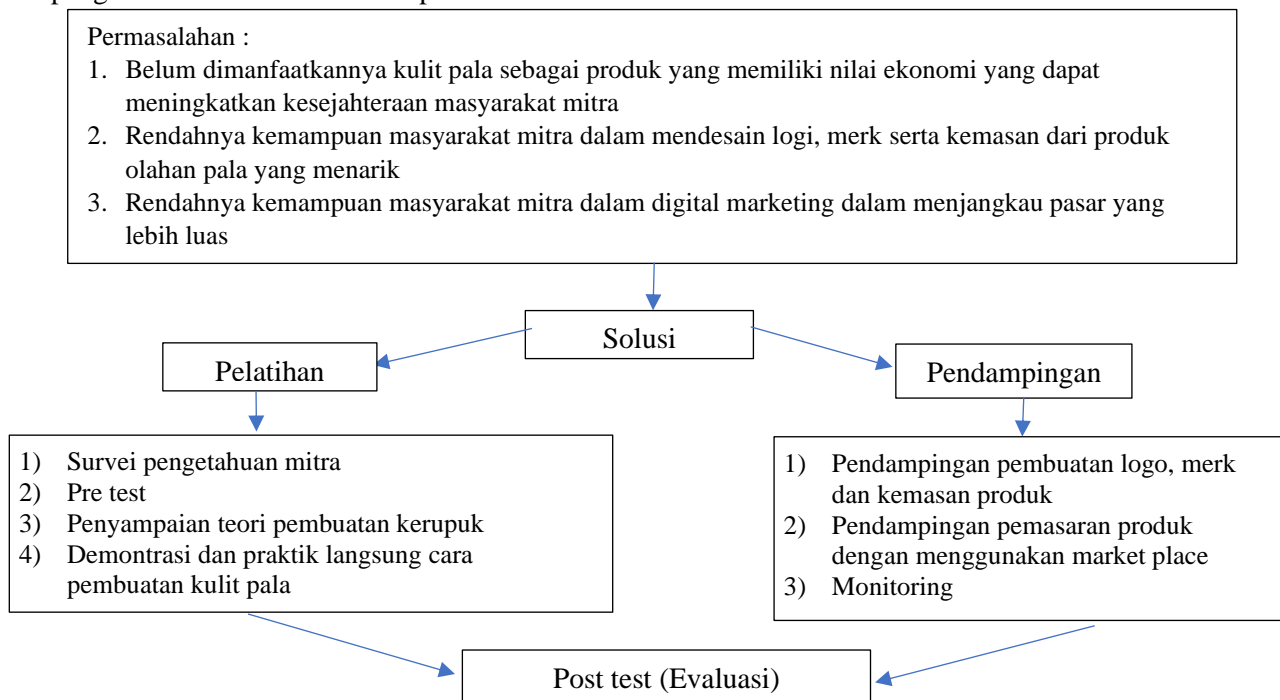
pengabdian ini melalui teknik diversifikasi olahan buah pala menjadi kerupuk tersebut dapat menambah wawasan pengetahuan dan keterampilan masyarakat mitra sehingga nantinya dapat meningkatkan harga jual dengan merk, logo dan kemasan yang menarik serta pemasaran secara manual dan digital sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat mitra.

Harapan dari pembekalan kepada masyarakat dalam kegiatan pengabdian ini ke depannya dapat menjadi sumber pendapatan tambahan terutama untuk para pekerja pengupas kulit pala. Produk yang dipasarkan pun dapat menjangkau skala nasional tidak hanya skala regional sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Apabila produk ini dapat berkembang dengan baik ke depannya dapat diinisiasi desa wisata dengan ciri khas utama yaitu pala.

## 2. Metodologi

Tempat pelaksanaan kegiatan ini adalah di sekretariat Kelompok Wanita Tani Cita Tani Mandiri di Desa Tamansari Kecamatan Tamansari Kabupaten Bogor. Kelompok Wanita Cita Tani Mandiri sebagai mitra mengerahkan anggotanya untuk mengikuti kegiatan ini serta memfasilitasi tempat kegiatan. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat mitra maka pendekatan digunakan yakni pendekatan *Participatory Rural Appraisal* (PRA). Tujuan pelaksanaan metode PRA, adalah agar kegiatan bersama masyarakat merupakan pemenuhan kebutuhan praktis dan peningkatan kesejahteraan masyarakat dan sekaligus sebagai sarana proses belajar atau menggunakan pendekatan pembelajaran, serta peserta pelatihan dapat secara langsung berdiskusi dan melihat contoh hasil kegiatan.

Penggunaan PRA sebagai pendekatan yang efektif untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan komunitas mitra dalam berbagai konteks. Kegiatan diawali dengan survei terhadap mitra kemudian sebelum kegiatan pelatihan dan pendampingan dilakukan pre test untuk mengetahui pengetahuan awal mitra. Survei bertujuan agar pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat menemukan permasalahan dan kebutuhan warga atau kelompok wanita tani sehingga selanjutnya dapat memberikan solusi permasalahan yang tepat melalui pelatihan dan keterampilan yang diberikan (Andi et al., 2021). Proses pelatihan dilakukan dalam membuat kerupuk kulit pala sedangkan pendampingan dilakukan untuk membuat logo, merk, desain, kemasan dan penggunaan market place. Setelah kegiatan dilakukan Evaluasi kepada mitra. Evaluasi Program dilakukan dengan membandingkan kondisi beberapa masyarakat sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Indikator keberhasilan program dengan adanya perubahan positif dari kelompok masyarakat (perkembangan usaha) setelah pelaksanaan program (Awaluddin et al., 2023). Pada gambar 1 dapat dilihat alur kegiatan yang dilakukan pada proses pengabdian ini didasarkan dari permasalahan mitra.



### 3. Hasil dan pembahasan

Kegiatan pengabdian diawali dengan melakukan survei mengenai pengetahuan mitra terkait pemanfaatan kulit pala, pembuatan logo, merek dan kemasan produk serta penggunaan market place. Setelah kegiatan selesai kemudian dilakukan pengetesan kembali untuk mengetahui peningkatan pengetahuan mitra. Adapun dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada gambar 2-5 berikut :



Gambar 2. Sambutan sebelum simulasi pembuatan kerupuk pala



Gambar 3. Penyampaian materi manfaat kulit pala



Gambar 4. Pendampingan membuat desain logo, packing dan pemasaran digital



Gambar 5. Penutupan kegiatan pengabdian

Terdapat peningkatan pengetahuan mitra sebelum dan setelah kegiatan. Hal ini dikarenakan selama penyampaian materi terlihat antusiasme dari peserta, namun karena sebagian besar dari peserta tidak berlatar belakang pariwisata, banyak hal yang mereka belum dipahami. Oleh karena itu penyampaian materi dilakukan secara runut dilengkapi dengan contoh-contoh dalam keseharian, dan kesempatan yang diberikan untuk melakukan diskusi dan tanya jawab oleh pemateri menjadi sehingga mampu memberikan gambaran yang jelas kepada para peserta (Herawati et al., 2020). Tabel 1 menggambarkan rata-rata pengetahuan mitra sebelum dan setelah kegiatan pengabdian.

Tabel 1. Rata-rata pengetahuan mitra sebelum dan setelah pengabdian

No	Indikator	Rata-rata	
		Sebelum	Setelah
1	Pemanfaatan kulit pala	63,2 %	81,2 %
2	Manfaat kulit buat pala	55,7 %	80,0 %
3	Cara membuat logo	53,8 %	75,8 %
4	Cara menentukan merek	61,2 %	77,3 %
5	Kriteria kemasan produk yang baik	63,7 %	81,5 %
6	Penggunaan market place	57,8 %	74,9 %

Peningkatan pengetahuan ini berpengaruh dalam pemanfaatan kulit buah pala menjadi produk yang baru. Termanfaatkannya kulit pala sebagai produk yang memiliki nilai ekonomi lebih. Inovasi menggunakan kulit buah pala pada kerupuk dimaksudkan sebagai penambah cita rasa dan aroma. Disamping itu diharapkan manfaat dari kandungan kulit buah pala dapat ikut dirasakan ketika mengkonsumsi kerupuk kulit pala. Sehingga kulit buah pala yang selama ini belum dimanfaatkan dapat



termanfaatkan dengan baik secara ekonomis, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat mitra. Mitra memperoleh pengetahuan mengenai mendesain logo, merk dan kemasan yang menarik. Kegiatan pengabdian ini mendampingi mitra untuk membuat logo, merek dan packaging serta spanduk media promosi seperti yang terdapat pada gambar 6.



Gambar 6. Logo, packaging dan media promosi

Dalam dunia pemasaran, desain merupakan pendukung atau bahkan menjadi yang utama dengan cara menarik perhatian target market sehingga mempengaruhi keputusan membeli produk. Ketika masyarakat mitra dapat mendesain logo, merek serta kemasan yang menarik diharapkan dapat menambah nilai ekonomi dan promosi dari produk yang dibuat. Desain merek dan logo dapat mempengaruhi persepsi konsumen dan pengakuan perusahaan, yang mengarah pada peningkatan penjualan dan dominasi pasar (Puspasari, 2023). Banyaknya pelaku usaha menyebabkan ketatnya persaingan aktivitas ekonomi dan meledaknya barang yang sama dipasaran. Hanya dengan sebuah Brand seorang pengusaha bisa membedakan dan memperkenalkan produknya ke calon konsumen. Brand adalah aset tak berwujud yang berupa rangkuman pengalaman terhadap sebuah entitas (Christianingrum et al., 2021). Brand diciptakan dalam pikiran. Brand yang sukses dapat membangun sebuah identitas atau kepribadian yang dapat menjalin hubungan antara perusahaan dan pelanggan (Oscario, 2013). Kemasan atau packaging merupakan salah satu ujung tombak penjualan suatu produk. Pada awalnya packaging hanya berfungsi sebagai wadah atau bungkus yang berfungsi untuk melindungi atau menutupi atau untuk memudahkan suatu produk dibawa, tetapi seiring perkembangan zaman, packaging dituntut untuk mampu menumbuhkan ketertarikan konsumen untuk membeli. Dalam perancangan packaging tidak hanya sekedar asal merancang saja, tetapi dituntut adanya ide-ide yang mampu menuangkan keunggulan sebuah merk atau produk sehingga tampilan desain mampu "menjual" dan penting juga tampilan packaging haruslah menarik dan enak dipandang untuk menarik hati konsumen (Sutrisno & Kusuma, 2022).

Kegiatan pendampingan teknis pemasaran menggunakan media internet peserta telah berhasil memasukkan kerula ke market place seperti yang terdapat pada gambar 7.



Gambar 7. Penjualan Kerula di market place

Pengetahuan bagi mitra mengenai memanfaatkan internet sebagai media pemasaran produk. Manfaat internet semakin sangat terasa bagi para pemakainya yang tidak bisa lepas dari dunia internet ini. Manfaat digital marketing adalah dapat menghemat biaya promosi, strategi promosi menggunakan media internet memang jauh lebih murah jika dibandingkan dengan menggunakan cara-cara konvensional seperti brosur, baliho, atau membuat iklan di radio dan televisi. Pemasaran digital menawarkan keuntungan dari efektivitas biaya, jangkauan global, pemasaran yang ditargetkan, dan manajemen yang efisien (Alquqa et al., 2023; Asifulla, 2023). Hal ini memungkinkan organisasi untuk dengan cepat menanggapi kebutuhan audiens target mereka dan mengevaluasi hasil kegiatan pemasaran mereka (Erlygina & Yamanov, 2020). Dengan menggunakan alat dan saluran pemasaran digital, perusahaan dapat secara efektif mempromosikan dan menjual barang dan jasa mereka (Sinha & Singh, 2018). Pemasaran digital memungkinkan komunikasi interaktif dengan pelanggan, membantu membangun hubungan yang kuat dan memahami kebutuhan dan permintaan mereka. Ini juga memberikan keuntungan menjangkau audiens target melalui media sosial dan mesin pencari (Härting et al., 2021). Selain itu, pendekatan baru dalam pemasaran online, seperti pemasaran seluler dan berbasis data, telah ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap potensi pemasaran digital (Nabieva, 2021). Dengan konektivitas yang lebih baik, UMKM dapat mengakses pasar yang lebih luas, menjual produk secara online, dan berpartisipasi dalam platform perdagangan digital. Selain itu, pemerintah juga telah mendorong pelatihan dan pendidikan digital bagi pelaku UMKM, sehingga mereka dapat memanfaatkan teknologi dengan lebih efektif (Prasetyasari et al., 2023). Secara keseluruhan, pemasaran digital berkontribusi untuk mencapai tujuan dan sasaran pemasaran melalui penggunaan teknologi komunikasi elektronik. Ini mendukung upaya pemasaran dan branding, meningkatkan nilai jual produk atau bisnis, dan membantu menjangkau khalayak yang lebih luas.

Mitra menunjukkan respon positif, mereka dapat dengan cepat mengadopsi keterampilan dan pengetahuan yang diberikan selama sesi pelatihan. Pelatihan meningkatkan pemahaman dengan meningkatkan keterampilan, produktivitas, dan efisiensi, yang mengarah pada kinerja yang lebih baik dan pengurangan biaya (Damm et al., 2015). Pelatihan ekonomi kreatif meningkatkan pemahaman dengan memberikan pengetahuan dan strategi untuk meningkatkan daya saing dalam menghadapi kondisi pasar yang sulit (Nawawi & Darryl, 2022). Kegiatan pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman peserta tentang cara membuat kerupuk dari kulit pala dan pentingnya logo, merek, kemasan serta pemasaran digital untuk bisnis mereka dan hal itu dapat membantu meningkatkan penjualan dan pendapatan.

#### **4. Kesimpulan**

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut: (a). Pemberdayaan pelaku usaha kecil melalui diversifikasi produk olahan buah pala dilakukan dengan kegiatan (1) asesmen masalah, kebutuhan, dan potensi, (2) pelatihan produk olahan kulit pala, membuat logo, merek, packing dan pemasaran berbasis internet, (3) bimbingan teknis, (4) pendampingan, (5) monitoring dan evaluasi. (b). Program pemberdayaan ini meningkatkan pengetahuan peserta mengenai pengolahan kulit pala, membuat logo, merek, packing dan pemasaran berbasis internet. (c). Kegiatan pengabdian ini telah menghasilkan satu produk olahan kulit pala, Bernama kerula, beserta logo, merek, packing dan market place sebagai sarana pemasaran berbasis internet.

#### **Limitasi dan studi lanjutan**

Kegiatan ini mengalami keterbatasan hanya pada teknis peningkatan pemasaran kerupuk kulit buah pala. Selanjut ke depan kegiatan ini akan terus berlanjut bersama mitra untuk dapat mengembangkan produk lainnya berbahan dasar pala, dan mengembangkan desa wisata pala di Kecamatan Tamansari mengingat potensi pala yang besar disana.

#### **Ucapan terima kasih**

Terima kasih kepada Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Universitas Pakuan dan Kelompok Wanita Tani Cita Tani Mandiri

## Referensi

- Ahmadi, C., Hermawan, D., N L P, S., & T M, K. (2021). Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pengembangan Usaha Ternak Tikus Putih. *Yumary : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 29–37. <https://doi.org/10.35912/yumary.v2i1.503>
- Alquqa, E. K., Al Kurdi, B., Alshurideh, M. T., Hamadneh, S., & Alzoubi, H. M. (2023). The Impact of Digital marketing and Digital Procurement on Operations Performance. *2023 International Conference on Business Analytics for Technology and Security (ICBATS)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICBATS57792.2023.10111271>
- Andi, K., Dharma, F., & Rika Gamayuni, R. (2021). Pelatihan Peningkatan Kualitas Produk dan Pemasaran Usaha Bubuk Biji Salak di Desa Sungai Langka, Kabupaten Pesawaran. *Yumary : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 203–209. <https://doi.org/10.35912/yumary.v1i4.71>
- Asifulla, A. (2023). Characteristics of the Digital Marketing using IBM SPSS Statistics. *REST Journal on Banking, Accounting and Business*, 2(2), 46–55. <https://doi.org/10.46632/jbab/2/2/6>
- Awaluddin, S. P., Nurani, N., Awaluddin, A., & Muntasir, M. (2023). Pelatihan , Produksi , Pemasaran Dodol Jagung Khas Paitana bagi Remaja dan Ibu Rumah Tangga di Jeneponto ( Training , Production and Marketing of Paitana Typical Corn Dodol for Teenagers and Housewives in Jeneponto ). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 93–102.
- Christianingrum, D. S., Yusuf, & Ulyana, D. (2021). Pelatihan Pembuatan Design Logo Sebagai Upaya Menanamkan Kesadaran Merek Bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Air Itam. *Ikraith - Abdimas*, 4(1), 74–80,.
- Damm, L., Leiss, U., Habeler, U., & Ehrich, J. (2015). Improving Care through Better Communication: Understanding the Benefits. *The Journal of Pediatrics*, 166(5), 1327–1328. <https://doi.org/10.1016/j.jpeds.2015.01.027>
- Erlygina, E., & Yamanov, A. (2020). The Role of Digital Marketing in the System of Market Relations. *Bulletin of Science and Practice*, 6(1), 248–252. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/50/27>
- Harni, M. S., & Jahroh, S. (2017). Perencanaan Bisnis Pengeringan Pala Dengan Teknologi Oven Di Kecamatan Tamansari Kabupaten Bogor. *Forum Agribisnis*, 7(2), 143–160. <https://doi.org/10.29244/fagb.7.2.143-160>
- Härting, R.-C., Reichstein, C., Müller, A., & Nabieva, N. (2021). The Use of Digital Technology in Marketing. In *Bulletin of Science and Practice* (Vol. 7, Issue 6, pp. 109–117). [https://doi.org/10.1007/978-3-030-20482-2\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-030-20482-2_10)
- Herawati, S., Parantika, A., & Afriza, L. (2020). Pelatihan Packaging Produk Unggulan Masyarakat Desa Wisata. *JMM (Jurnal Masyarakat ...)*, 4(6), 1040–1048. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/2707>
- Karmanah, K., Susanto, S., Widodo, W. D., & Santosa, E. (2020). The Fruit Characteristics of Ambon Forest Nutmeg (*Myristica fatua* Houtt) and Banda Nutmeg (*Myristica fragrans* Houtt). *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 25(2), 292–300. <https://doi.org/10.18343/jipi.25.2.292>
- Khanam, M., Dar, A. H., Beg, F., Khan, S. A., Nayik, G. A., & Karabagias, I. K. (2023). Nutmeg essential oil. In *Essential Oils* (pp. 391–399). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-91740-7.00012-8>
- Nabieva, N. (2021). The Use of Digital Technology in Marketing. *Bulletin of Science and Practice*, 7(6), 375–381. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/67/42>
- Nawawi, T., & Darryl. (2022). Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada Ukm Rajutdeenza Di Lampung. *PRIMA: Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 73–82. <https://doi.org/10.55047/prima.v1i4.296>
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>
- Prasertiasari, C., Suwalla, N., Lubis, I. H., & Andriani, A. R. (2023). Pentingnya Kesadaran Hukum Masyarakat untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro , Kecil dan Menengah ( UMKM ) di Era Digital pada Kelurahan Sembulang Kecamatan Rempang Pulau Galang Kota Batam ( The Importance of Community Legal Awareness to Increase the C. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 19–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.35912/yumary.v4i1.2376>
- Pratiwi, Y. S. (2019). *Manfaat Buah Pala Sebagai Antisarcopenia*. Depublish.
- Prihatin, E., & Syahnur, M. H. (2021). Pengolahan Berbagai Produk Berbahan Baku Ikan pada

- Kelompok Mitra Desa Binaan UMI. *Yumary : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 91–99. <https://doi.org/10.35912/yumary.v2i2.707>
- Puspasari, D. (2023). Pengaruh Desain Logo Dan Nama Merek Terhadap Brand Image Mixue (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Wibawa Karta Raharja). *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 41–48. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v18i1.463>
- Putra, E. D. L., Yuliasmi, S., Prasetyo, B. E., & Zebua, N. F. (2019). The Utilization Of Corn Cob'S Cracker As Anticipation Of Harvest Failure For Economic Improvement For Farmer In Narigunung 1 Village, Karo Regency. *ABDIMAS TALENTA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 238–241. <https://doi.org/10.32734/abdimastalenta.v3i2.4123>
- R. M. N. Hidayat, S. (2015). *Kitab Tumbuhan Obat*. Agriflo.
- Rijal, M., Surati, & Kotala, S. (2016). Abstrak Uji Kandungan Mpn Koliform, Angka Lempeng Total Bakteri. *Jurnal Biology Science & Education*, 5(2), 179–185.
- Santoso, J. A., & Pamungkaningtyas, F. H. (2022). Substitution of wheat flour with almond drink dregs-based flour and its effect on cracker quality. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1115(1), 012100. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1115/1/012100>
- Sinha, S., & Singh, T. (2018). Travel from Traditional Marketing to Digital Marketing. *International Journal of Emerging Research in Management and Technology*, 6(11), 173. <https://doi.org/10.23956/ijermt.v6i11.60>
- Sutrisno, A., & Kusuma, U. W. (2022). Pelatihan Pembuatan Kemasan Packaging Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Olahan Kacang Emping Melinjo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5, 26–30. <http://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/sabangkaabdimas/article/view/63%0Ahttp://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/sabangkaabdimas/article/download/63/59>
- Y. L. Fernando, A., & S. M. Senevirathne, W. (2020). Raw Material from Nutmeg (*Myristica fragrans*) as Effective Fungicide against *Fusarium oxysporum* and the Oleoresin Profile of Nutmeg. *Journal of Applied Life Sciences International*, 1–10. <https://doi.org/10.9734/jalsi/2019/v22i430133>