JURNAL ABDIMAS INDONESIA Vol. 6, No. 4, 2026
E-ISSN 2797-2887
Copyright © 2026 The Author(s)

Sosialisasi Hilirisasi dan Strategi Peningkatan Daya Saing Produk Anyaman Daun Pandan di Desa Pohkumbang

Abdul Latif[1], Sri Wahyuni[2], Fiko Cahaya[3], Dinar Risti Fitriyani[4], Delvi Nia Silfana[5], Asti Zahrani Sudrajat[6], Laeli Rosdiana[7], Khoerunnisa Nurmalasari[8], Novi Ma'rifatun Nisa[9], Rossiana Dewi Fauziah[10], Viandra Daffa Andira[11], Bagus Aziz Al Faruq[12]
[1-12] Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Purwokerto, Indonesia

Penulis Korespondensi:
Abdul Latif
abdullatif@ump.ac.id

Abstrak:

Produk anyaman daun pandan di Desa Pohkumbang memiliki potensi untuk dikembangkan, tetapi masih menghadapi hambatan dalam diversifikasi produk, branding, kemasan, dan akses pasar. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan kapasitas pengrajin dalam hilirisasi produk anyaman daun pandan. Kegiatan dilaksanakan menggunakan pendekatan Community Research Participatory melalui observasi, wawancara, diskusi, dan perumusan strategi bersama masyarakat. Kegiatan melibatkan 15 pengrajin. Hasil kegiatan menunjukkan meningkatnya pemahaman peserta mengenai pentingnya diversifikasi produk, branding, kemasan, dan perluasan akses pasar untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk. Peserta juga terlibat aktif dalam mengidentifikasi hambatan serta merumuskan strategi pengembangan sesuai kondisi lokal. Kegiatan ini menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat secara langsung dapat mendukung proses hilirisasi dan penguatan daya saing produk anyaman daun pandan secara lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Kata Kunci: *Hilirisasi, Anyaman Daun Pandan, Daya Saing, Pemberdayaan Masyarakat.*

Pendahuluan

Anyaman pandan merupakan kerajinan yang berasal dari daun pandan kering. Kabupaten Kebumen merupakan daerah yang mudah ditanam pandan. Anyaman dari daun pandan mencerminkan kearifan lokal serta memiliki nilai estetika dan fungsional yang tinggi (Mesra 2025). Pandan di Kebumen termasuk tanaman perkebunan yang produksinya cukup tinggi untuk dijadikan anyaman (Dewanti dkk. 2021). Pengembangan dari usaha kerajinan tidak hanya terkait dengan produksi, namun juga mencakup proses hilirisasi yang berupa bahan baku menjadi produk yang memiliki nilai lebih, memperkuat identitas produk, serta mengurus distribusi dan pemasaran, sehingga produk tersebut bisa sampai ke konsumen akhir. Dalam konteks persaingan global dan transformasi digital, peningkatan daya saing anyaman daun pandan memerlukan pendekatan strategis yang menekankan inovasi pemasaran dan hilirisasi produk (Widiarta dkk. 2025).

Inovasi dalam pendekatan pemasaran digital memainkan peranan penting dalam memperkuat posisi produk di pasar yang semakin padat. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan platform digital, perusahaan dapat mencapai audiens yang lebih luas dan tersegmentasi lebih baik, sekaligus berinteraksi langsung dengan konsumen. Ini mendorong perlunya pemahaman tentang elemen utama dari strategi pemasaran digital yang sukses, termasuk penggunaan analisa data untuk mengetahui perilaku konsumen, penerapan konten yang menarik dan relevan, serta penggunaan media sosial untuk

membangun hubungan yang solid dengan pelanggan. Oleh sebab itu, sangat penting untuk menyelidiki bagaimana inovasi dalam strategi pemasaran digital dapat diterapkan dan aspek-aspek apa saja yang perlu diperhatikan agar perusahaan mampu bersaing secara efektif di era digital ini (Yulianti dkk. 2025). Sementara itu, hilirisasi produk menjadi faktor kunci dalam menciptakan nilai tambah. Hilirisasi adalah proses pengembangan suatu produk melalui pengolahan lebih lanjut atau diversifikasi untuk meningkatkan nilai tambah pada sektor industri. Penerapan hilirisasi yang didukung oleh inovasi dan perkembangan teknologi dapat mendorong peningkatan total output karena memberikan nilai tambah yang lebih besar terhadap produk yang dihasilkan (Nababan dan Nofrian 2025).

Desa Pohkumbang, Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Kebumen, memiliki potensi ekonomi lokal berupa kerajinan anyaman daun pandan. Aktivitas menganyam telah menjadi salah satu kegiatan ekonomi masyarakat dengan memanfaatkan keterampilan yang dimiliki pengrajin. Produk yang dihasilkan telah mengalami perkembangan dalam bentuk dan fungsi, antara lain berupa tas, dompet, tempat tisu, dan berbagai produk kerajinan lainnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa anyaman daun pandan memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi produk yang memiliki nilai tambah dan daya saing lebih tinggi. (Waluyo dkk. 2023) menunjukkan bahwa pengembangan kerajinan anyaman pandan di Desa Pohkumbang memiliki potensi yang cukup besar, tetapi peningkatan kemampuan produksi belum sepenuhnya diikuti dengan peningkatan penjualan. Pemasaran produk masih bergantung pada pengepul atau penjual anyaman di sekitar Kabupaten Kebumen.

Permasalahan tidak hanya terdapat pada saluran pemasaran, tetapi juga berkaitan dengan pengembangan produk. Produk anyaman daun pandan memiliki karakteristik sebagai kerajinan lokal yang mengandalkan keterampilan masyarakat, tetapi perubahan kebutuhan konsumen menuntut adanya inovasi dalam bentuk, desain, fungsi, dan kemasan. Apabila produk tidak dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pasar, potensi untuk menjangkau konsumen baru menjadi lebih terbatas. Pengembangan produk anyaman dari daun pandan memiliki potensi yang signifikan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, namun banyak penelitian menunjukkan bahwa para pengrajin masih menghadapi tantangan dalam menciptakan produk dan memperluas jaringan pasar. (Prasada dkk. 2022) menemukan bahwa metode pemasaran anyaman pandan di daerah pedesaan Kabupaten Kebumen masih dilakukan dengan cara tradisional, yang mengakibatkan jangkauan pasar menjadi sempit, sehingga diperlukan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan akses pasar. Hal ini juga dibuktikan lebih mendalam oleh (Waluyo dkk. 2023) di Desa Pohkumbang, yang mencatat bahwa meskipun ada peningkatan dalam kecepatan produksi, penjualan masih stagnan karena pengrajin tetap mengandalkan perantara atau pedagang lokal di sekitar Kebumen. Sementara itu, penelitian (Susetyo dkk. 2025) menunjukkan bahwa anyaman pandan masih menghadapi keterbatasan kreativitas produk, pemasaran yang belum optimal, serta ketidakstabilan pasokan bahan baku. Penelitian yang dilakukan oleh (Purwanti 2025) menunjukan bahwa minimnya variasi produk menjadi salah satu faktor penurunan minat pasar terhadap produk anyaman pandan, sehingga dibutuhkan inovasi yang lebih modern serta sesuai dengan permintaan konsumen.

Berdasarkan penelitian tersebut, dapat dilihat bahwa kajian terdahulu lebih banyak menitikberatkan pada strategi pemasaran digital, inovasi produk, dan pendampingan pengrajin, sedangkan penelitian yang secara khusus menganalisis hambatan hilirisasi secara menyeluruh, mulai dari bahan baku, produksi, peningkatan nilai tambah, diversifikasi produk, pengemasan, branding, hingga akses pasar serta

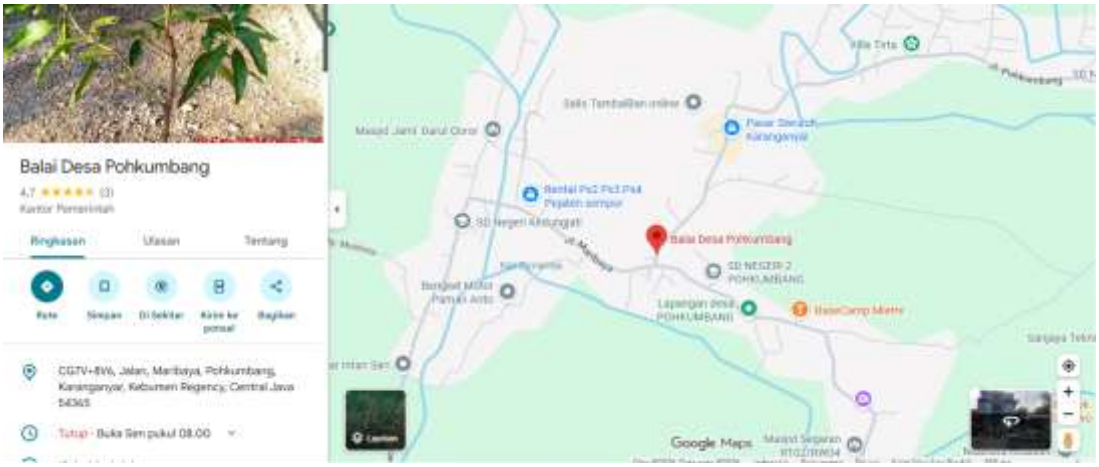
Copyright © 2026 The Author(s)

merumuskan strategi penguatan daya saing masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut melalui analisis hambatan hilirisasi dan strategi penguatan daya saing produk anyaman daun pandan di Desa Pohkumbang.

Metode Pelaksanaan

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Community Research Participatory* (CRP) yang melibatkan masyarakat secara aktif dalam proses penelitian. CRP mencakup pengkajian awal, perencanaan, dan tindakan yang melibatkan partisipasi masyarakat dalam seluruh kegiatan. Metode ini menjadikan anggota masyarakat sebagai pengkaji, perencana, dan pelaksana kegiatan, bukan hanya sekadar objek (Ritonga dkk. 2024). Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai hambatan hilirisasi produk anyaman daun pandan sekaligus merumuskan strategi penguatan daya saing yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan pengrajin. Pengrajin tidak hanya ditempatkan sebagai sumber informasi, tetapi juga dilibatkan dalam proses penyampaian pengalaman, pemberian tanggapan, dan penentuan strategi pengembangan produk.

Penelitian dilaksanakan di Balai Desa Pohkumbang, Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Kebumen, pada hari sabtu, 22 Agustus 2026, jam 08.00-11.00. Subjek penelitian adalah pengrajin anyaman daun pandan di Desa Pohkumbang. Informan ditentukan secara purposive dengan mempertimbangkan keterlibatan informan dalam kegiatan produksi dan pemasaran anyaman daun pandan.



Gambar 1. Peta Lokasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Pelaksanaan penelitian terdiri atas empat tahapan, yaitu identifikasi kondisi awal, perencanaan, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi. Tahap identifikasi dilakukan melalui observasi dan wawancara untuk mengetahui kondisi produk, proses produksi, pengemasan, pemasaran, serta hambatan pengrajin dalam proses hilirisasi, termasuk keterbatasan inovasi, branding, dan akses pasar.

Berdasarkan hasil tersebut, tahap perencanaan disusun dengan merumuskan kegiatan “Pandan Berdaya: Hilirisasi Produk dan Perluasan Akses Pasar Anyaman Daun Pandan” yang berfokus pada peningkatan nilai tambah dan perluasan pasar. Selanjutnya, tahap pelaksanaan dilakukan melalui penyampaian materi dan diskusi partisipatif mengenai hilirisasi, diversifikasi produk, branding, kemasan, serta strategi pemasaran, baik langsung maupun digital. Tahap evaluasi dilakukan melalui tanya jawab dan pengumpulan tanggapan pengrajin untuk mengetahui penerimaan materi, strategi yang dibutuhkan, serta kendala penerapan, yang kemudian digunakan sebagai dasar

perumusan strategi penguatan daya saing produk anyaman daun pandan di Desa Pohkumbang.

Hasil dan Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa produk anyaman daun pandan di Desa Pohkumbang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi produk bernilai tambah, tetapi proses hilirisasinya masih menghadapi beberapa hambatan. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, diskusi, dan evaluasi bersama pengrajin, hambatan utama ditemukan pada aspek pengembangan produk, branding dan kemasan, serta akses pasar. Produk anyaman telah berkembang menjadi beberapa bentuk, seperti tas, dompet, dan tempat tisu, tetapi pengembangan variasi dan inovasi masih perlu diperkuat. Pada aspek pemasaran, produk masih memiliki keterbatasan dalam menjangkau konsumen yang lebih luas sehingga diperlukan pengembangan saluran pemasaran langsung maupun digital. Hasil kegiatan kemudian menjadi dasar dalam merumuskan strategi penguatan daya saing melalui diversifikasi produk, inovasi desain, branding, kemasan, pemasaran digital, dan pengembangan kemitraan.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan “Pandan Berdaya”



Gambar 2. Proses Pembuatan Anyaman Pandan

Hambatan Hilirisasi dan Pengembangan Produk

Hasil tersebut menunjukkan bahwa hambatan hilirisasi tidak hanya terjadi pada tahap produksi, tetapi juga pada kemampuan pengrajin dalam meningkatkan nilai produk hingga siap bersaing di pasar. Hilirisasi merupakan proses yang mencakup pengembangan produk melalui penyempurnaan desain, kualitas, fungsi, kemasan, identitas, serta strategi pemasaran sehingga produk memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi. Dengan demikian, keterampilan menganyam menjadi modal dasar yang penting, tetapi perlu didukung oleh pengembangan pada tahap hilir agar mampu meningkatkan daya saing produk.

Pada aspek pengembangan produk, diversifikasi menjadi salah satu langkah yang dapat dilakukan untuk memperluas peluang pasar. Pemanfaatan satu bahan baku menjadi berbagai jenis produk memungkinkan pengrajin memenuhi kebutuhan konsumen yang lebih beragam. Produk seperti tas, dompet, tempat tisu, dan tempat pensil dapat terus dikembangkan dengan menyesuaikan fungsi serta segmen pasar yang dituju. Selain itu, inovasi dapat diterapkan melalui penyesuaian desain, ukuran, warna, maupun fungsi produk tanpa menghilangkan karakter khas anyaman pandan sebagai identitas lokal.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan daya saing tidak harus mengesampingkan nilai-nilai tradisional yang melekat pada kerajinan anyaman. Sebaliknya, ciri khas lokal dapat dipertahankan sebagai identitas produk, sementara desain dan fungsinya disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Pendekatan ini

Copyright © 2026 The Author(s)

memungkinkan produk anyaman memiliki nilai tambah yang lebih tinggi tanpa kehilangan keunikan yang membedakannya dari produk sejenis.



Gambar 3. Produk Anyaman Pandan

Branding dan Kemasan sebagai Pembentuk Nilai Tambah

Hasil kegiatan menunjukkan pentingnya penguatan identitas produk sebagai bagian dari proses hilirisasi. Produk anyaman Desa Pohkumbang memiliki karakteristik yang berasal dari bahan pandan dan keterampilan para pengrajin lokal, sehingga identitas tersebut dapat dikembangkan menjadi keunggulan produk. Identitas dapat dibangun dengan menciptakan nama merek, logo, warna, label, slogan, kemasan, dan cerita mengenai produk.

Branding tidak harus menggunakan desain yang kompleks. Identitas yang sederhana tetapi mudah dikenali dan digunakan secara konsisten justru dapat membantu konsumen mengingat produk. Dalam kegiatan, salah satu contoh identitas yang diperkenalkan adalah “Pandan Pohkumbang” dengan unsur visual daun pandan atau anyaman serta tagline “Anyaman Lokal, Karya Berdaya”. Identitas tersebut dapat memperkuat keterkaitan antara produk dengan asal daerah sekaligus membangun pembeda dari produk produk anyaman lain.

Kemasan juga memiliki peran penting dalam meningkatkan persepsi nilai produk. Kemasan tidak hanya berfungsi melindungi produk, tetapi juga dapat meningkatkan kerapian, daya tarik, informasi, identitas merek, dan menciptakan kesan profesional.

Pengrajin tidak harus menggunakan kemasan dengan biaya tinggi. Penggunaan hang tag, kartu ucapan, paper bag, atau plastik pelindung yang diberi label dapat menjadi alternatif sederhana untuk memperbaiki tampilan produk. Oleh karena itu, branding dan kemasan dapat menjadi strategi yang relatif sederhana tetapi penting dalam meningkatkan nilai tambah produk anyaman.

Perluasan Akses Pasar

Pada aspek pemasaran, hasil kegiatan menunjukkan bahwa perluasan saluran distribusi menjadi langkah penting agar pemasaran produk anyaman tidak hanya bergantung pada pasar lokal maupun perantara. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melalui pemasaran secara langsung, seperti mengikuti bazar, pameran UMKM, pasar lokal, kegiatan desa, kegiatan kampus, maupun pameran kerajinan. Kegiatan tersebut memberikan kesempatan bagi pengrajin untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen sekaligus memperoleh masukan mengenai preferensi pasar terhadap produk yang ditawarkan.

Di sisi lain, perkembangan teknologi membuka peluang yang lebih luas bagi pengrajin dalam memasarkan produk melalui media digital. Platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi sekaligus

etalase produk. Informasi yang disajikan dapat berupa foto produk, dokumentasi proses penganyaman, cara penggunaan produk, kisah pengrajin, informasi harga, promosi, hingga testimoni pelanggan. Pemanfaatan media sosial tersebut berpotensi meningkatkan jangkauan pemasaran hingga ke konsumen di luar wilayah pemasaran sebelumnya.

Selain media sosial, marketplace dan katalog digital juga dapat menjadi alternatif dalam mendukung proses penjualan. Marketplace memungkinkan produk dipasarkan kepada konsumen dari berbagai daerah, sedangkan katalog digital dapat digunakan sebagai media sederhana untuk menampilkan variasi produk yang mudah dibagikan melalui telepon pintar. Agar lebih efektif, setiap produk perlu dilengkapi dengan informasi yang jelas, seperti foto, nama produk, deskripsi, ukuran, harga, serta pilihan pengiriman.

Perluasan akses pasar juga dapat diperkuat melalui kerja sama dengan berbagai pihak, seperti toko oleh-oleh, toko kerajinan, pelaku UMKM, hotel atau penginapan, tempat wisata, koperasi, komunitas, maupun instansi. Melalui kemitraan tersebut, produk anyaman daun pandan memiliki peluang untuk dipasarkan sebagai suvenir, hampers, maupun oleh-oleh khas daerah, sehingga potensi pasar tidak hanya bergantung pada pembelian oleh konsumen individu.

Strategi Penguatan Daya Saing

Berdasarkan keseluruhan hasil tersebut, penguatan daya saing produk anyaman daun pandan di Desa Pohkumbang perlu dilakukan secara menyeluruh dari pengembangan produk hingga pemasaran. Strategi yang dirumuskan tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah produksi, tetapi pada peningkatan nilai produk melalui empat aspek utama, yaitu diversifikasi dan inovasi produk, penguatan branding dan kemasan, perluasan akses pasar, serta pengembangan kemitraan.

Pendekatan Community Research Participatory mendukung proses tersebut karena pengrajin dilibatkan sejak tahap identifikasi kondisi, penyampaian pengalaman, diskusi, hingga evaluasi strategi. Dengan demikian, strategi yang dirumuskan tidak hanya berasal dari konsep yang diberikan dalam kegiatan, tetapi disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan para pengrajin. Pendekatan partisipatif juga memberikan kesempatan kepada pengrajin untuk menjadi bagian dari proses pengembangan sehingga keberlanjutan strategi lebih memungkinkan untuk dilakukan setelah kegiatan selesai.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan memperlihatkan bahwa permasalahan utama hilirisasi anyaman daun pandan di Desa Pohkumbang bukan semata-mata keterbatasan kemampuan produksi, tetapi belum optimalnya proses penciptaan nilai setelah produk dihasilkan. Oleh karena itu, penguatan daya saing perlu diarahkan dari orientasi produksi untuk dijual menuju pengembangan produk yang memiliki nilai tambah, identitas, dan akses pasar yang lebih luas. Integrasi antara inovasi produk, branding, kemasan, pemasaran digital, dan kemitraan menjadi strategi yang dapat mendukung pengembangan anyaman daun pandan sebagai produk lokal yang lebih kompetitif.

Simpulan

Kegiatan pengabdian melalui program Pandan Berdaya: Hilirisasi Produk dan Perluasan Akses Pasar Anyaman Daun Pandan menunjukkan bahwa penguatan daya saing produk anyaman di Desa Pohkumbang perlu dilakukan secara menyeluruh, tidak hanya pada aspek produksi, tetapi juga melalui diversifikasi produk, penguatan branding dan kemasan, serta perluasan akses pasar. Pendekatan Community Research Participatory memungkinkan pengrajin terlibat aktif dalam mengidentifikasi hambatan

Copyright © 2026 The Author(s)

dan merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi lokal. Kegiatan ini memberikan manfaat berupa meningkatnya pemahaman pengrajin mengenai pentingnya hilirisasi sebagai upaya menciptakan nilai tambah dan memperluas peluang pemasaran. Secara teoritik, kegiatan ini memperkuat penerapan konsep hilirisasi berbasis partisipasi masyarakat dalam pengembangan produk kerajinan lokal.

Sebagai tindak lanjut, diperlukan pendampingan secara berkelanjutan dalam penerapan branding, pengelolaan pemasaran digital, penyusunan katalog produk, serta pengembangan kemitraan dengan berbagai pihak agar strategi yang telah dirumuskan dapat diterapkan secara optimal dan berkelanjutan.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) atas dukungan, fasilitasi, dan kesempatan yang diberikan dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) sebagai bagian dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Dukungan tersebut menjadi landasan bagi terlaksananya kegiatan sekaligus penyusunan artikel ilmiah ini.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Pemerintah Desa Pohkumbang, Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Kebumen, sebagai mitra pelaksanaan kegiatan, atas kerja sama, dukungan, serta kemudahan akses yang diberikan selama proses pengumpulan data dan pelaksanaan program di lapangan. Sinergi yang terjalin antara perguruan tinggi dan pemerintah desa telah memberikan kontribusi yang berarti dalam penyelesaian artikel ini.

Referensi

Dewanti, N. S. A., Windani, I., & Hasanah, U. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi anyaman pandan di Desa Kedungjati Kecamatan Sempor Kabupaten Kebumen. *Surya Agritama*, 10, 281–293.

Mesra, B. (2025). Peningkatan daya jual UMKM melalui pemasaran digital produk gula merah dan anyaman daun pandan di Desa Kota Pari Serdang Bedagai. *Jurnal Abdimas Hawari,* 160–167.

Nababan, R. P., & Nofrian, F. (2025). Analisis hilirisasi perikanan di Indonesia. *Journal of Development Economic and Digitalization*, 4(2), 35–47.

Prasada, I. Y., Setyawati, H. A., Saridewi, L. P., Hanung, A. N., & Puspajanati, R. (2022). Strategi pemasaran digital anyaman pandan di kawasan perdesaan anyaman pandan Kabupaten Kebumen. *Journal of Digital Business and Management,* 1(2).

Purwanti, D. (2025). Inovasi produk anyaman pandan melalui pendampingan kelompok tani hutan. *Jurnal Krisakti*, 2(2).

Ritonga, S. N., Purwanto, N. S. F., & Khaerani, I. N. (2024). Pelatihan pembuatan PMT berbasis pangan lokal pada ibu balita di wilayah kerja Puskesmas Wanaraja [Training on making PMT based on local food for mothers of toddlers in the Wanaraja Community Health Center working area]. Solusi Bersama: *Jurnal Pengabdian dan Kesejahteraan Masyarakat,* 1(3).

Susetyo, A., Dewi, G. P., Riyanti, H., Alfiyah, S., & Rahmadhani, F. R. (2025). Optimalisasi digital marketing sebagai strategi inovatif pemasaran untuk meningkatkan akses pasar UMKM anyaman pandan. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat,* 2, 97–107.

Waluyo, A., Yuliyanto, W., Wahyuningsih, S., Muhammad, R., Pancawati, Y., Huda, A. N., & Faturrohman, A. (2023). Penguatan manajemen pemasaran kerajinan anyaman

pandan dengan memanfaatkan teknologi digital di Desa Pohkumbang Kabupaten Kebumen. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat),* 4(2), 261–268.

Widiarta, I. P. G. D., Andika, R., Putra Agung, Q. A. A., & Qamara, C. (2025). Strategi peningkatan daya saing agribisnis madu kelulut melalui inovasi pemasaran dan hilirisasi produk. *Jurnal Bersama Ilmu Ekonomi,* 1(4), 245–253. https://doi.org/10.55123/ekonom.v1i4.329

Yulianti, G., Pramono, S., Santoso, S., Sekolah Tinggi, & Ilmu Ekonomi. (2025). Inovasi strategi pemasaran berbasis digital untuk meningkatkan daya saing perusahaan. *Jurnal Ekonomika45,* 12(2).