

## Inovasi Kemasan Ramah Lingkungan untuk Produk Gula Merah: Pelatihan *Branding* bagi UMKM Kampung Baduy Mualaf Lembah Barokah Ciboleger

Jessica Emery Ignacia<sup>1</sup>, Safitri<sup>2</sup>, Arif Zunaidi<sup>3</sup>, Nano Romansyah<sup>4</sup>, Lili Dwi Safitri<sup>5</sup>, Meisya Andin Batavia<sup>6</sup>, Ananda Nur Ainina<sup>7</sup>, Anisa Nur afiyah<sup>8</sup>, Fitria Dwi Risna Putri<sup>9</sup>  
Institut Teknologi Bandung<sup>1</sup>, Universitas Udayana Bali<sup>2</sup>, IAIN Kediri<sup>3</sup>, Multimedia Nusantara Polytechnic Jakarta<sup>4</sup>, Universitas Negeri Yogyakarta<sup>5,6</sup>, Universitas Brawijaya Malang<sup>7</sup>, Universitas Negeri Jember<sup>8</sup>, UPN Veteran Jakarta<sup>9</sup>  
[jessicaemery25@gmail.com](mailto:jessicaemery25@gmail.com)<sup>1</sup>, [saaftriii03@gmail.com](mailto:saaftriii03@gmail.com)<sup>2</sup>, [arifzunaidi@iainkediri.ac.id](mailto:arifzunaidi@iainkediri.ac.id)<sup>3</sup>, [nanomansyah6@gmail.com](mailto:nanomansyah6@gmail.com)<sup>4</sup>, [lilidwisafitri@gmail.com](mailto:lilidwisafitri@gmail.com)<sup>5</sup>, [meisyabatavia@gmail.com](mailto:meisyabatavia@gmail.com)<sup>6</sup>, [anandaainina@gmail.com](mailto:anandaainina@gmail.com)<sup>7</sup>, [anisanurafiyah01@gmail.com](mailto:anisanurafiyah01@gmail.com)<sup>8</sup>, [fitriadwirisnaputri@gmail.com](mailto:fitriadwirisnaputri@gmail.com)<sup>9</sup>

### Article Info

Volume 3 Issue 1  
March 2025

### Article History

Submission: 21-03-2025

Revised: 25-03-2025

Accepted: 26-03-2025

Published: 30-03-2025

### Keywords:

Packaging Innovation,  
UMKM Branding, Brown  
Sugar, Digital Marketing,  
Eco-Friendly Packaging

### Kata Kunci:

Inovasi Kemasan, *Branding*  
UMKM, Gula Merah,  
Pemasaran Digital,  
Kemasan Ramah  
Lingkungan



Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

### Abstract

MSMEs in the Mualaf Baduy Village, Lembah Barokah, Ciboleger, have great potential in producing brown sugar, but still face challenges in terms of branding and marketing. One of the main obstacles is the packaging that is not attractive and not environmentally friendly, so it is less competitive in the wider market. This community service activity aims to provide training in packaging innovation using dried banana leaves as an environmentally friendly alternative to increase product appeal and strengthen MSME branding. The implementation method includes socialization of the importance of packaging, practice of making packaging based on dried banana leaves, and digital-based marketing assistance. The results of the activity showed an increase in partners' understanding of the importance of packaging in branding, as well as success in implementing new packaging that is more attractive and has high selling value. With this innovation, the brown sugar products of the Mualaf Baduy Village MSMEs are expected to be more competitive in the local and national markets.

### Abstrak

UMKM di Kampung Mualaf Baduy Lembah Barokah, Ciboleger, memiliki potensi besar dalam produksi gula merah, namun masih menghadapi tantangan dalam aspek *branding* dan pemasaran. Salah satu kendala utama adalah kemasan yang kurang menarik, sehingga kurang kompetitif di pasar yang lebih luas. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan inovasi kemasan menggunakan daun pisang kering sebagai alternatif ramah lingkungan guna meningkatkan daya tarik produk serta memperkuat *branding* UMKM. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi pentingnya kemasan, praktik pembuatan kemasan berbasis daun pisang kering, serta pendampingan pemasaran berbasis digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman mitra terhadap pentingnya kemasan dalam *branding*, serta keberhasilan dalam implementasi kemasan baru yang lebih menarik dan bernilai jual tinggi. Dengan inovasi ini, produk gula merah UMKM Kampung Mualaf Baduy diharapkan dapat memiliki daya saing yang lebih baik di pasar lokal maupun nasional.

## 1. PENDAHULUAN

Masyarakat Kampung *Mualaf* Baduy Lembah Barokah, Ciboleger, merupakan komunitas yang dihuni oleh kelompok masyarakat prasejahtera yang terdiri dari para mualaf suku Baduy. Kampung ini didirikan dengan tujuan utama sebagai sarana pemberdayaan ekonomi serta pembinaan aqidah bagi masyarakat setempat (Tamami, 2022). Sebagai komunitas yang masih dalam tahap adaptasi sosial dan ekonomi, mereka menghadapi berbagai tantangan, termasuk

### Korespondensi:

Jessica Emery Ignacia

[jessicaemery25@gmail.com](mailto:jessicaemery25@gmail.com)

keterbatasan akses terhadap pendidikan, layanan kesehatan, serta peluang usaha yang berkelanjutan. Berdasarkan data dari Yayasan Spirit Membangun Ukhuwah Islamiah (YASMUI), sekitar 75% dari penduduk kampung ini masih tergolong sebagai *mustahik* atau penerima zakat, sehingga memerlukan intervensi program pemberdayaan ekonomi yang dapat meningkatkan taraf hidup mereka (Fauzi & Azis, 2024).

Salah satu sektor yang berpotensi untuk dikembangkan adalah produksi gula merah, mengingat Baduy terkenal dengan hasil alamnya, terutama gula merah dan madu hutan (Desmawati et al., 2022). Namun, keterbatasan dalam inovasi produk dan pemasaran masih menjadi kendala utama bagi pelaku usaha di kampung ini. Dengan adanya rencana pengembangan Kampung Mualaf Baduy Lembah Barokah sebagai kawasan *ecotourism* baru di Banten, masyarakat memiliki peluang untuk meningkatkan daya saing produk mereka melalui inovasi kemasan ramah lingkungan dan strategi pemasaran digital. Program pemberdayaan berbasis produksi dan pemasaran gula merah diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, mengurangi ketergantungan terhadap bantuan eksternal, serta memperkuat identitas produk lokal di pasar yang lebih luas.

Namun, salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di komunitas ini adalah kemasan produk yang masih sangat sederhana dan kurang menarik. Produk gula merah yang mereka hasilkan masih dikemas dalam bentuk tradisional tanpa standar yang jelas, sehingga kurang memiliki nilai jual tinggi di pasaran.

Kemasan memiliki peran penting dalam *branding* dan pemasaran produk, terutama di era persaingan bisnis yang semakin ketat (Ariodutho et al., 2023). Konsumen modern tidak hanya mempertimbangkan kualitas produk, tetapi juga daya tarik visual dan nilai tambah yang diberikan melalui kemasan yang menarik dan ramah lingkungan (Budiman et al., 2025). Dalam konteks ini, UMKM di Kampung Mualaf Baduy perlu diberikan wawasan dan keterampilan dalam mengemas produk mereka dengan lebih baik agar dapat meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun nasional.

Salah satu solusi yang diusulkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah inovasi kemasan ramah lingkungan menggunakan daun pisang kering. Pemilihan daun pisang kering sebagai bahan kemasan didasarkan pada ketersediaan yang melimpah di lingkungan masyarakat, sifatnya yang *biodegradable*, serta daya tarik estetikanya yang unik dan bernilai budaya (Aminah, 2022). Selain itu, penggunaan kemasan alami ini juga sejalan dengan tren pasar global yang semakin mengutamakan produk berbasis lingkungan dan keberlanjutan.

Tantangan lain yang dihadapi UMKM di Kampung Mualaf Baduy adalah kurangnya pengetahuan tentang strategi *branding* yang efektif. *Branding* bukan hanya tentang desain kemasan, tetapi juga mencakup bagaimana sebuah produk dapat membangun citra yang kuat di benak konsumen (Arifah et al., 2024). Selama ini, produk gula merah dari komunitas ini belum memiliki merek dagang yang konsisten, sehingga sulit dikenali oleh pelanggan. Oleh karena itu, pelatihan ini juga mencakup aspek pemasaran digital dan strategi *branding* untuk meningkatkan daya saing produk mereka.

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah meningkatkan keterampilan dan kesadaran masyarakat Kampung Mualaf Baduy dalam mengemas dan memasarkan produk gula merah mereka secara lebih profesional dan ramah lingkungan. Dengan adanya pelatihan inovasi kemasan berbasis daun pisang kering dan strategi *branding*, diharapkan UMKM setempat dapat meningkatkan nilai jual produk, memperluas jangkauan pasar, serta mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa kemasan yang menarik dan ramah lingkungan dapat memberikan dampak positif terhadap keputusan pembelian konsumen (et al., 2014). Menurut Kotler dan Keller, kemasan yang unik dan inovatif tidak hanya melindungi produk, tetapi juga berfungsi sebagai alat komunikasi yang mampu menarik perhatian dan memengaruhi keputusan pelanggan (Susilawati et al., 2023). Penelitian lain mengungkapkan bahwa kemasan berbasis bahan alami dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar premium serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk lokal (Kusumah & Agus, 2024).

Selain itu, penelitian lain juga menyebutkan bahwa konsumen saat ini semakin peduli terhadap aspek lingkungan dalam memilih produk. Kemasan berbasis bahan alami, seperti daun

pisang kering, memiliki nilai tambah karena dapat terurai secara alami tanpa mencemari lingkungan. Hal ini menjadi faktor penting dalam menarik perhatian konsumen yang lebih sadar terhadap isu-isu lingkungan dan keberlanjutan (Situmorang, 2019).

Dari sisi *branding*, penelitian lain menekankan bahwa strategi pemasaran digital dan personal *branding* dapat meningkatkan penjualan produk UMKM (Yenni Fatman et al., 2024). Dengan membangun citra yang kuat melalui kemasan dan pemasaran digital, UMKM dapat menarik lebih banyak pelanggan dan memperluas jaringan distribusi mereka (Aulia et al., 2024). Oleh karena itu, kegiatan ini juga akan memberikan pelatihan terkait pemasaran digital sebagai strategi pendukung dalam memperkenalkan produk gula merah yang telah dikemas dengan inovasi baru.

Dalam beberapa program pengabdian masyarakat yang telah dilakukan sebelumnya, inovasi kemasan telah terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan produk lokal. Misalnya, dalam program pemberdayaan UMKM di daerah lain, penggunaan kemasan berbasis bahan alami telah berhasil meningkatkan permintaan produk (Handayani & Saputri, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa inovasi kemasan yang dikombinasikan dengan strategi pemasaran yang baik dapat menjadi solusi efektif bagi UMKM yang ingin berkembang.

Dengan mempertimbangkan hasil penelitian tersebut, program pelatihan ini dirancang untuk memberikan solusi praktis bagi UMKM Kampung Mualaf Baduy Lembah Barokah. Tidak hanya melatih keterampilan teknis dalam pembuatan kemasan berbasis daun pisang kering, tetapi juga mengedukasi mitra tentang pentingnya membangun *brand* yang kuat dan strategi pemasaran digital yang efektif. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan dampak jangka panjang bagi keberlanjutan usaha masyarakat setempat.

Sebagai bagian dari upaya mendukung program ekonomi hijau dan keberlanjutan, kegiatan ini juga bertujuan untuk mendorong kesadaran lingkungan dalam proses produksi dan pemasaran. Dengan mengadopsi kemasan berbasis bahan alami, UMKM Kampung Mualaf Baduy dapat memberikan kontribusi positif terhadap pelestarian lingkungan sekaligus meningkatkan nilai jual produk mereka. Inovasi ini juga berpotensi menarik perhatian pasar yang lebih luas, termasuk konsumen yang mencari produk dengan konsep *eco-friendly*.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang nyata bagi UMKM Kampung Mualaf Baduy, baik dari segi peningkatan keterampilan, peningkatan daya saing produk, maupun dampak ekonomi yang lebih berkelanjutan. Dengan adanya inovasi kemasan berbasis daun pisang kering dan strategi *branding* yang lebih baik, produk gula merah dari komunitas ini dapat berkembang menjadi produk unggulan yang memiliki daya saing di pasar lokal maupun nasional.

## 2. METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah *Participatory Action Research (PAR)*. Metode ini dipilih karena melibatkan partisipasi aktif masyarakat Kampung Mualaf Baduy dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah, perancangan solusi, implementasi, hingga evaluasi. Pendekatan PAR memungkinkan masyarakat untuk berperan langsung dalam inovasi kemasan gula merah berbasis daun pisang kering dan strategi *branding* produk mereka (Zunaidi, 2024). Dengan demikian, masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat tetapi juga turut serta dalam pengambilan keputusan dan pengembangan keterampilan.

Tahapan pertama dalam metode ini adalah observasi dan identifikasi masalah. Tim pelaksana melakukan survei dan wawancara dengan masyarakat serta pelaku UMKM setempat untuk memahami permasalahan utama yang dihadapi dalam pengemasan dan pemasaran gula merah. Hasil observasi menunjukkan bahwa kemasan yang digunakan masih sederhana dan kurang menarik bagi pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, solusi yang ditawarkan adalah memperkenalkan inovasi kemasan berbasis daun pisang kering yang lebih estetis, ramah lingkungan, dan memiliki nilai jual tinggi.

Tahapan kedua adalah pelatihan dan pendampingan teknis. Dalam tahap ini, peserta dilatih dalam teknik pemilihan dan pengolahan daun pisang kering sebagai bahan kemasan, teknik pengemasan yang menarik, serta cara menjaga kualitas produk agar tetap higienis. Selain itu,

masyarakat juga diberikan pelatihan *branding* dan pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing produk mereka. Pendampingan dilakukan secara langsung dengan metode praktik agar peserta dapat memahami dan menerapkan keterampilan yang diperoleh dalam bisnis mereka.

Tahapan terakhir adalah evaluasi dan rencana keberlanjutan. Setelah pelatihan dan implementasi inovasi kemasan, dilakukan evaluasi terhadap efektivitas kemasan baru dan strategi *branding* yang diterapkan. Umpan balik dari peserta digunakan untuk menyempurnakan teknik pengemasan dan pemasaran. Sebagai langkah keberlanjutan, tim pengabdian memberikan rekomendasi terkait pengembangan produk, pemasaran lebih luas, dan strategi distribusi agar UMKM di Kampung Muallaf Baduy dapat terus berkembang. Dengan pendekatan PAR, masyarakat diberdayakan untuk mandiri dalam mengelola dan mengembangkan produk mereka, sehingga manfaat kegiatan ini dapat dirasakan dalam jangka panjang.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan keterampilan masyarakat Kampung Muallaf Baduy dalam mengemas dan memasarkan produk gula merah mereka secara lebih profesional dan ramah lingkungan. Salah satu indikator keberhasilan yang dapat diamati adalah peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya kemasan dalam *branding* serta kemampuan mereka dalam mengolah dan menggunakan daun pisang kering sebagai bahan kemasan alternatif.

Pada tahap awal pelaksanaan, ditemukan bahwa mayoritas gula merah yang dijual masih menggunakan metode pengemasan yang sangat sederhana, yaitu hanya membungkus gula merah dengan daun pisang biasa tanpa merek atau label. Hal ini menyebabkan produk mereka kurang menarik bagi pasar yang lebih luas dan sulit bersaing dengan produk sejenis di pasaran. Setelah diberikan pelatihan mengenai inovasi kemasan berbasis daun pisang kering, peserta mulai memahami bahwa kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang dapat meningkatkan daya tarik konsumen.



Gambar 1. Penyampaian materi

Praktik penggunaan daun pisang kering sebagai kemasan menunjukkan hasil yang positif. Peserta mampu mengolah daun pisang kering dengan teknik yang benar sehingga kemasan yang dihasilkan tidak hanya estetik, tetapi juga tahan lama dan higienis. Dalam sesi praktik, peserta diajarkan teknik pengeringan, pemotongan, dan pelipatan daun pisang agar dapat digunakan sebagai kemasan yang menarik. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 85% peserta mampu membuat kemasan yang layak digunakan untuk produk gula merah mereka.

Keberhasilan inovasi ini juga didukung oleh tren pasar yang semakin mengarah pada produk berbasis lingkungan. Penelitian yang menyatakan bahwa konsumen modern cenderung lebih tertarik pada produk dengan kemasan alami karena dianggap lebih sehat dan ramah lingkungan (Budiman et al., 2025). Hal ini sejalan dengan temuan dalam kegiatan ini, di mana kemasan berbasis daun pisang kering mendapatkan respons positif dari calon konsumen. Produk gula merah yang dikemas dengan bahan alami ini dinilai lebih menarik dibandingkan dengan kemasan plastik konvensional.

Selain inovasi kemasan, pelatihan *branding* juga menjadi bagian penting dalam kegiatan ini. Sebelum pelatihan, hanya sedikit pelaku UMKM yang memahami pentingnya *branding* dan pemasaran digital. Namun, setelah diberikan materi mengenai strategi pemasaran, peserta mulai memahami bahwa *brand* yang kuat dapat meningkatkan daya saing produk mereka. Dengan adanya pelatihan ini, peserta mulai diberikan contoh logo sederhana dan label untuk produk mereka, yang kemudian diterapkan pada kemasan berbasis daun pisang kering.

Pelatihan pemasaran digital juga memberikan dampak yang signifikan. Sebelum kegiatan ini, mayoritas UMKM di Kampung Mualaf Baduy masih mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut dan belum memanfaatkan media sosial secara optimal. Setelah diberikan pelatihan, peserta mulai memanfaatkan platform digital seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram untuk mempromosikan produk mereka. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa dalam waktu satu bulan setelah pelatihan, terjadi peningkatan interaksi dan permintaan produk dari pelanggan baru yang berasal dari luar kampung.

Dalam studi lain ditemukan bahwa pemasaran digital dapat meningkatkan penjualan produk UMKM setelah implementasi (Yuniarti et al., 2022). Temuan ini sejalan dengan hasil dari kegiatan pengabdian ini, di mana beberapa peserta melaporkan adanya peningkatan pesanan setelah mereka mulai mengiklankan produk mereka secara online. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara inovasi kemasan dan strategi pemasaran digital dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan UMKM.



Gambar 2. Tim pengabdian dan hasil karya peserta

Kegiatan ini juga memberikan dampak ekonomi yang positif bagi masyarakat. Dengan adanya inovasi kemasan dan *branding*, produk gula merah yang sebelumnya dijual dengan harga relatif murah kini dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi karena memiliki nilai tambah dari segi kemasan dan merek.

Selain dampak ekonomi, aspek sosial dari kegiatan ini juga patut diperhatikan. Melalui metode *Participatory Action Research (PAR)*, masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini memungkinkan masyarakat untuk merasa memiliki inovasi yang diperkenalkan, sehingga keberlanjutan program lebih terjamin (Zunaidi, 2024). Masyarakat menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam menerapkan keterampilan baru yang mereka peroleh, serta berinisiatif untuk berbagi ilmu dengan sesama pelaku usaha lainnya.

Keberhasilan kegiatan ini juga mencerminkan pentingnya sinergi antara akademisi dan masyarakat dalam pengembangan ekonomi berbasis komunitas. Menurut penelitian, keterlibatan akademisi dalam program pengabdian masyarakat dapat mempercepat adopsi teknologi dan inovasi di kalangan pelaku UMKM (Abdillah, 2024). Dalam konteks ini, dukungan dari akademisi dalam memberikan pelatihan dan pendampingan berkelanjutan berperan penting dalam membantu masyarakat mengatasi tantangan dalam bisnis mereka.

Namun, dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa tantangan yang harus dihadapi. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan bahan baku daun pisang kering di beberapa musim. Meskipun daun pisang mudah ditemukan di lingkungan sekitar, ketersediaannya tidak selalu stabil sepanjang tahun. Oleh karena itu, direkomendasikan untuk mencari alternatif metode

penyimpanan atau pengolahan daun pisang agar dapat digunakan dalam jangka waktu yang lebih lama.

Tantangan lainnya adalah adopsi pemasaran digital yang masih membutuhkan pendampingan lebih lanjut. Meskipun peserta telah memahami dasar-dasar pemasaran digital, masih terdapat keterbatasan dalam hal produksi konten promosi yang menarik. Oleh karena itu, program lanjutan yang berfokus pada pengembangan keterampilan digital dan desain grafis sederhana dapat menjadi solusi untuk memperkuat pemasaran produk mereka.



**Gambar 3.** Tim pengabdian dan peserta warga Kampung Lembah Barokah Ciboleger

Secara keseluruhan, kegiatan ini telah menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan keterampilan dan daya saing UMKM Kampung Mualaf Baduy. Inovasi kemasan berbasis daun pisang kering telah diterima dengan baik oleh masyarakat dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan nilai jual produk. Dengan adanya dukungan berkelanjutan, diharapkan inovasi ini dapat terus berkembang dan memberikan manfaat jangka panjang bagi komunitas setempat.

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan keterampilan UMKM Kampung Mualaf Baduy dalam mengemas dan memasarkan produk gula merah mereka secara lebih profesional dan ramah lingkungan. Melalui pelatihan inovasi kemasan berbasis daun pisang kering, peserta memperoleh keterampilan dalam memilih, mengolah, dan menggunakan daun pisang sebagai bahan kemasan alami yang estetis dan higienis. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa mayoritas peserta mampu menghasilkan kemasan yang menarik, yang berkontribusi pada peningkatan nilai jual produk mereka. Selain inovasi kemasan, pelatihan *branding* dan pemasaran digital memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan daya saing UMKM setempat. Peserta mulai memahami pentingnya merek dan strategi pemasaran digital dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Setelah pelatihan, terjadi peningkatan dalam penggunaan media sosial sebagai alat promosi, yang berujung pada peningkatan interaksi dengan pelanggan dan peningkatan permintaan produk. Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa pendekatan *Participatory Action Research (PAR)* efektif dalam memberdayakan masyarakat, karena mereka tidak hanya menjadi penerima manfaat tetapi juga aktif berpartisipasi dalam proses inovasi. Dengan pendampingan berkelanjutan, diharapkan inovasi kemasan dan strategi *branding* ini dapat terus diterapkan, sehingga memberikan manfaat ekonomi jangka panjang bagi masyarakat Kampung Mualaf Baduy.

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Yayasan Mizan Amanah atas dukungan dan kontribusinya dalam mendukung program pemberdayaan masyarakat di Kampung Lembah Barokah Ciboleger. Penghargaan yang tulus juga kami sampaikan kepada Bakti Milenial, yang telah berperan aktif dalam kegiatan sosial dan ekonomi bagi komunitas masyarakat suku Baduy mualaf di Banten. Kami juga berterima kasih kepada seluruh warga Kampung Lembah Barokah Ciboleger atas antusiasme dan kerja samanya dalam menjalankan program ini. Tak lupa, apresiasi kami haturkan kepada tim pengabdian Mendadak Baduy yang

telah berkontribusi dalam mendampingi masyarakat, berbagi ilmu, dan bersama-sama membangun kemandirian ekonomi berbasis potensi lokal. Semoga sinergi ini dapat terus terjalin demi kesejahteraan masyarakat serta keberlanjutan program pemberdayaan yang telah dilakukan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F. (2024). Dampak Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 2(1), 27–35. <https://doi.org/10.37985/benefit.v2i1.335>
- Aminah, H. A. W. (2022). Studi Awal Pemanfaatan Limbah Daun Pisang Kering Sebagai Wadah Makanan Dengan Berbagai Jenis Perekat. *FISITEK: Jurnal Ilmu Fisika Dan Teknologi*, Vol.6(1), 1. <http://dx.doi.org/10.30821/fisitekfisitek.v6i1.8684>
- Arifah, Q. A. N. S., Latifah, E. F., Misbah, F. B., & Mukie, A. B. (2024). Peran Vital Desain Branding dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha dan Mendukung Pertumbuhan UMKM. *SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPER HUBISINTEK 2023*, 74–79. <http://ojs.uadb.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/3546/2409>
- Ariodutho, S., Sugiyanti, L., Larasati, A., & Sukmawati, I. (2023). Pengaruh Packaging Produk Terhadap Persepsi Kualitas Dan Nilai Produk UMKM Anisa Bakery Pendahuluan Dalam dunia bisnis , khususnya dalam industri makanan dan minuman , packaging. *Jurnal Manajemen Pemasaran Internasional*, 2(1), 204–214.
- Aulia, E., Zawawi, Z., & Warmana, G. O. (2024). Pemanfaatan Branding Digital Marketing Sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas dan Daya Saing Produk UMKM Penjaringansari. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 994–999. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2413>
- Budiman, Hadijah, I., Pertiwi, A. B., Rinaldi, M., Farid, R., & Benyamin, M. F. (2025). Pengembangan Label Dan Kemasan Beras Organik Di Desa Cikurubuk Untuk Meningkatkan Citra Produk. *JUKESHUM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 102–114.
- Desmawati, D., Agustina, A., Samaria, D., Ritanti, R., & Marcelina, L. A. (2022). Edukasi pada Masyarakat Baduy-Banten dalam Upaya Pencegahan Covid-19 di Seluruh Lapisan Bumi (SEBUMI). *Jurnal Abdimas Kesehatan (JAK)*, 4(3), 405. <https://doi.org/10.36565/jak.v4i3.370>
- Fauzi, G. I., & Azis, D. F. (2024). Komunikasi Dakwah dan Pembentukan Identitas Islam dalam Komunitas Masyarakat Baduy di Kampung Mualaf Ciboleger. *Mu'ashir: Jurnal Dakwah & Komunikasi Islam*, 2(2), 185–202.
- Handayani, E. P., & Saputri, T. A. (2025). Inovasi Pemasaran Digital dan Pengemasan untuk Meningkatkan Daya Tarik Sayuran pada KPM PKH Karangrejo. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 165–172.
- Kusumah, M. B. A., & Agus, A. darmawan. (2024). Perancangan Desain Kemasan Umkm Nusapad (Nusantara Desk Pad) Dalam Membentuk Citra Produk. *JURNAL Dasarrupa: Desain Dan Seni Rupa*, 5(2), 1–9. <https://doi.org/10.52005/dasarrupa.v5i2.161>
- Septifani, R., Achmadi, F., & Santoso, I. (2014). Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13(2), 201–218. <https://doi.org/10.12695/jmt.2014.13.2.6>
- Situmorang, J. R. (2019). Pemasaran Hijau Yang Semakin Menjadi Kebutuhan Dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis Unpar*, 7(2), 131–142.
- Susilawati, Fajrina, N., & Dwi Pramesti, R. (2023). Peran Elemen Visual Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kemasan Produk. *Journal of Computer Science and Visual Communication Design*, 8(2), 322–332. <https://doi.org/10.55732/jikdiskomvis.v8i2.903>
- Tamami, M. H. (2022). *Jelajah Wisata Religi ke Kampung Mualaf Baduy Lembah Barokah Ciboleger*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/islami/read/5129600/jelajah-wisata-religi-ke-kampung-mualaf-baduy-lembah-barokah-ciboleger?page=2>
- Yenni Fatman, Ahmad Irfan, Afifah Nurul Syifa, Iqbal Maulana Al Fikri, & Juniawan Rizky Firdaus. (2024). Penerapan Personal & Product Branding dalam Sektor UMKM di Desa Citali Kecamatan Pamulihan Kabupaten Sumedang. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(1), 48–60. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i1.1534>
- Yuniarti, T., Faujiyah, F., Rizal, M. A., & Bani, F. C. D. (2022). Digitalisasi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Wilayah Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdikan Terhadap Masyarakat)*, 2(2), 121–126. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.v2i2.202>
- Zunaidi, A. (2024). *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas*. Yayasan Putra Adi Dharma.