

DIGITALISASI PROMOSI WISATA DAN OPTIMALISASI PRODUK UNGGULAN BERBASIS KOMODITAS LOKAL KAWASAN WISATA TELAGA NGBEL

**Heder Djamaludin¹, Tian Nur Ma'rifat², Langgeng Setyono³, Siswidiyanto⁴,
La Choviya Hawa⁵, Emmanuelita Siburian⁶, Ridwan Efendi⁷,
Keenan Abdurachman Putra⁸**

^{1, 2}Program Studi Teknologi Hasil Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan,
Universitas Brawijaya, Jalan Veteran No. 1, Malang

³Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya,
Jalan Veteran No. 1, Malang

⁴Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya,
Jalan Veteran No. 1, Malang

⁵Departemen Teknik Biosistem, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Brawijaya,
Jalan Veteran No. 1, Malang

⁷Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya,
Jalan Veteran No. 1, Malang

⁸Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya,
Jalan Veteran No. 1, Malang

¹e-mail: hederdjamaludin@ub.ac.id

Abstrak

Kabupaten Ponorogo memiliki potensi menjadi jejaring Kota Kreatif UNESCO dengan salah satu objek Wisata unggulannya, Telaga Ngebel. Permasalahan yang ditemukan ialah kurangnya pemasaran produk olahan yang dihasilkan dan minimnya promosi wisata Telaga Ngebel. Adapun tujuan pengabdian ini adalah untuk melaksanakan pelatihan digitalisasi promosi wisata dan peningkatan keterampilan diversifikasi produk pangan dari ikan hasil budidaya. Terdapat dua kelompok UMKM yang dijadikan mitra dalam program Pengabdian kepada Masyarakat oleh tim Universitas Brawijaya yaitu Kelompok Tani Sumber Sekar Lestari dan Kelompok Budidaya Mina Sejahtera. Metode pelaksanaan yang digunakan yaitu *FGD* dan sosialisasi untuk memberikan pelatihan terkait promosi produk olahan dan tempat wisata Telaga Ngebel. Hasil kegiatan adalah mitra UMKM dapat melakukan pemasaran produk kopi dan gula aren dengan adanya digitalisasi melalui media sosial dan *e-Commerce*, sehingga dapat meningkatkan promosi wisata Telaga Ngebel. Selain itu, kegiatan diversifikasi produk olahan *fish stick* "nila" juga meningkatkan produk unggulan sebagai oleh-oleh khas wisata Telaga Ngebel.

Kata Kunci: digitalisasi, promosi wisata, telaga Ngebel.

Abstract

Ponorogo Regency has the potential to become a UNESCO Creative City network with one of its superior tourist attractions, Telaga Ngebel. The problems that arise are the need for more marketing of the food products produced and the lack of promotion of Ngebel Lake tourism. The aim of implementing this activity is to carry out training on digitizing tourism promotion and improving skills in diversifying food products from farmed fish. Two MSME groups are used as partners in the Community Service program by the Brawijaya University team, namely the Sumber Sekar Lestari Farmers Group and the Mina Sejahtera Cultivation Group. The implementation method was FGD and outreach to provide training for promoting food products and the Ngebel Lake tourist attraction. The result of the activity is that MSME partners can market coffee and

palm sugar products with digitalization through social media and e-commerce to promote Ngebel Lake tourism. Apart from that, the diversification of processed tilapia fish stick products also increases the number of superior products as souvenirs typical of Ngebel Lake tourism.

Keywords: *digitalization, tourism promotion ngebel lake.*

PENDAHULUAN

Kabupaten Ponorogo merupakan salah satu wilayah di Provinsi Jawa Timur yang memiliki banyak potensi di berbagai sektor. Sektor pertanian dan perikanan menjadi andalan ekonomi Kabupaten Ponorogo dengan nilai PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) tertinggi dibanding sektor lain pada tahun 2020 (BPS Ponorogo, 2010). Selain sektor pertanian dan perikanan, pariwisata menjadi sektor penting yang sedang dikembangkan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Ponorogo. Saat ini, Pemerintah Kabupaten Ponorogo juga sedang bersiap menjadi Jejaring Kota Kreatif UNESCO 2023 (Kominfo Ponorogo, 2023). Salah satu objek wisata unggulan di Kabupaten Ponorogo adalah Telaga Ngebel yang terletak di Kecamatan Ngebel yang berjarak sekitar 20 km dari pusat kota. Sejak tahun 2022, objek wisata Telaga Ngebel telah dikembangkan oleh Pemkab. Ponorogo dengan peningkatan aksesibilitas, penguatan citra wisata, dan diversifikasi usaha berdasarkan potensi lokal yang ada (Pemkab Ponorogo, 2022). Sehingga diperlukan kontribusi perguruan tinggi dalam pemberdayaan masyarakat untuk mengembangkan sektor pariwisata Telaga Ngebel dan pengembangan potensi lokal sebagai penunjang wisata. Potensi komoditas lokal pertanian dan perikanan yang terdapat di Telaga Ngebel diantaranya: (1) Kopi, Kecamatan Ngebel dan sekitarnya juga memiliki potensi komoditas lokal utama pertanian dan perikanan. Salah satu potensi komoditas pertanian di Kecamatan Ngebel adalah kopi jenis robusta. Luas perkebunan kopi sekitar 200 Ha tersebar di Desa Gondowido, Desa Talun, dan Desa Ngebel dengan produksi 75 kw/Ha. Kondisi ketinggian wilayah lebih dari 900 mdpl dan tingkat curah hujan 1.500-2.500 mm/tahun. Kopi ditanam di daerah hutan dengan sistem agroforestri antara tanaman kopi dan tanaman pinus. Produksi kopi dari daerah Ngebel ini sebanyak 216 ton pada tahun 2017 (Salikudin, 2022). Kopi Ngebel ini memiliki cita rasa khas karena ditanam dan diolah secara tradisional turun-temurun oleh masyarakat setempat. Kopi diperjualbelikan dalam

bentuk *green-bean*, *roast-bean* atau giling dalam kemasan. (2) Gula aren merupakan produk olahan dari nira aren yang dihasilkan di Desa Gondowido, Desa Talun, dan Desa Ngebel. Pembuatan gula aren dilaksanakan turun-temurun oleh masyarakat. Salah satu kelompok usaha yang memproduksi gula aren dan olahannya adalah Kelompok Tani Hutan Sumber Sekar Lestari. Berdasarkan wawancara dengan pengelola, produsen gula aren di Kecamatan Ngebel berjumlah sekitar 70 orang dengan produksi skala mikro dan kecil. Produk olahan gula aren di antaranya adalah gula semut, gula aren cair, dan *cube sugar*. (3) Perikanan keramba dan kolam. Bentuk pemanfaatan sektor perikanan di kawasan objek wisata Telaga Ngebel berupa budidaya perikanan keramba jaring apung. Jenis ikan yang dibudidayakan di keramba Telaga Ngebel adalah ikan nila dengan sistem monokultur. Pada pengelolaan perikanan keramba di Waduk Ngebel, terdapat 3 kelompok pembudidaya yaitu kelompok Tlogomino, Giling Yoso, dan Dewi Songgolangit. Jumlah produksi ikan nila dari perikanan keramba mencapai 8.112 kg pada tahun 2017. Selain dari perikanan keramba, produksi ikan air tawar berasal dari kolam masyarakat. Berdasarkan data Dinas Pertanian dan Perikanan Ponorogo, pada tahun 2020, di Kecamatan Ngebel terdapat pemilik kolam ikan terbanyak yaitu sejumlah 165 pemilik dengan jumlah produksi keseluruhan sebesar 24.892 Ton (Dinas Pertanian Ponorogo, 2020).



Gambar 1 Perikanan Keramba Telaga Ngebel

Pemetaan potensi wisata dan komoditas lokal yang telah dilaksanakan sebelumnya menunjukkan bahwa potensi tersebut tersebar di beberapa desa di Kecamatan Ngebel. Sehingga mitra yang bekerja sama dengan tim pengabdian

masyarakat ini antara lain: (1) Kelompok Pembudidaya Mina Sejahtera. Kelompok Mina Sejahtera didirikan pada tahun 2006 di Desa Ngebel. Jumlah anggota sampai tahun 2023 sebanyak 24 anggota. Jenis ikan yang dibudidayakan oleh kelompok ini adalah nila dan lele. Kelompok Mina Sejahtera diketuai oleh Bapak Endra dengan kepemilikan kolam rata-rata 9 m² per orang dan produktivitas 20 kg/m. Kolam yang dimiliki adalah kolam beton (Gambar 2).



Gambar 2 Kolam Budidaya UMKM Mina Sejahtera

Berdasarkan hasil wawancara dengan pembudidaya, kendala yang dihadapi adalah harga jual yang rendah karena persaingan dengan pembudidaya keramba di Waduk Ngebel. Biaya produksi pembudidaya nila dari kolam masyarakat lebih tinggi karena sarana kolam dan air yang harus diatur mandiri dibanding biaya produksi budidaya di keramba. Harga jual ikan nila per kg ke warung dan restoran di pinggir Telaga Ngebel sebesar Rp 25.000 - Rp 30.000 / kg, sehingga pembudidaya kolam harus mengikuti harga tersebut. *Margin* yang diperoleh pembudidaya kolam dengan patokan harga tersebut adalah sebesar Rp 4.000 hingga Rp 8.000 per kg.

(2) Kelompok Tani Sumber Sekar Lestari yang terletak di Desa Talun memiliki usaha dalam pembudidayaan kopi, produksi biji kopi, dan produksi gula aren, serta produk turunannya. Kelompok ini diketuai oleh Pak Katiman. Produk dari kelompok tani dipasarkan dengan merek kopi “Candu” dan gula aren “Angklek” (Gambar 3).



Gambar 3 Kopi “Candu” dan Gula Aren “Angklek”

Produk gula aren telah tersertifikasi halal dari BPJPH dengan No. Sertifikat ID35110000145601021. Gula aren diproduksi dengan menyadap nira aren dari hutan desa, kemudian dipanaskan, dan dicetak secara tradisional. Saat ini, kelompok tani juga menghasilkan produk turunan dari gula aren, antara lain gula aren *cube*, balok, tabung, dan gula semut. Kapasitas produksi gula aren adalah sekitar 10 kg per hari, sedangkan produk kopi diproses dari kebun milik kelompok tani, kemudian dicuci dan dikeringkan secara manual dengan sinar matahari. Kapasitas produksi kopi arabika saat ini rata-rata 500-600 kg kopi per tahun, sedangkan kopi robusta 200-300 kg per tahun.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan terhadap kelompok tani, kurangnya promosi yang dilakukan oleh kelompok tani menjadi penyebab penjualan produk hanya melalui pesanan. Saat ini, kelompok tani belum memiliki *platform* media sosial yang efektif untuk mempromosikan produk kopi dan gula aren. *Platform* promosi yang tersedia hanya melalui akun *Facebook* dengan *engagement* yang rendah, terlihat dari jumlah “*Like*” hanya berjumlah 4 (Gambar 4). Uraian kondisi mitra saat ini, tim pelaksana menetapkan tujuan khusus dan bidang tema Pengabdian Masyarakat yang disajikan pada Tabel 1.



Gambar 4 Akun *Facebook* Kelompok Tani Sumber Sekar Lestari

Tabel 1 Tujuan, Mitra, dan Bidang Tema

Tujuan Khusus	Cakupan Mitra	Tema MMD
Meningkatkan aktivitas promosi wisata dan potensi unggulan Kecamatan Ngebel.	1. Pemdes Gondowido melalui BUMDES. 2. Kelompok Tani Sumber Sekar Lestari.	1. Diseminasi Transformasi 2. Digital Pada Kelompok Masyarakat Desa.
Meningkatkan pendapatan kelompok budidaya ikan nila melalui diversifikasi produk olahan.	Kelompok Budidaya Mina Sejahtera, Desa Ngebel.	Budidaya dan Pengolahan Hasil Perikanan.
Meningkatkan penjualan kopi melalui sertifikasi halal kpi khas Ngebel	Kelompok Tani Sumber Sekar Lestari.	Pendampingan Sertifikasi Halal bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil

Tabel 2 Analisis SWOT Mitra

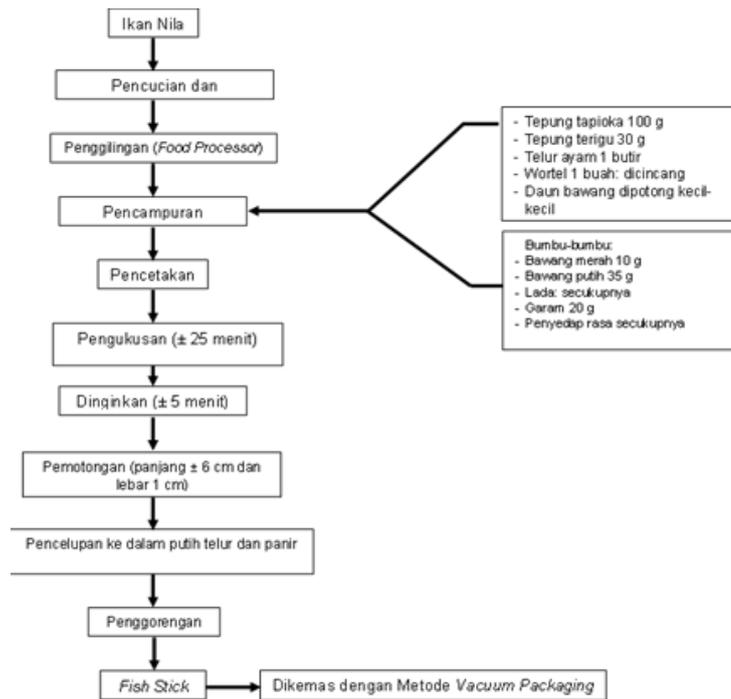
Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
1. Potensi wisata alam dan budaya yang tinggi yang tersebar di desa-desa di Kec. Ngebel.	1. Kurang optimalnya promosi wisata di Desa Godowido.
2. Desa Gondowido: Struktur organisasi BUMDES yang lengkap. Pemdes memiliki akun <i>YouTube</i> aktif.	2. Rendahnya harga jual ikan hasil budidaya ke warung dan restoran di sekitar Telaga Ngebel.
3. Desa Ngebel: DANYA KELOMPOK Mina Sejahterayang aktif membina anggota, jumlah kolam masyarakat, produktivitas hasil budidaya tinggi.	3. Kurang optimalnya promosi produk kopi dan gula aren dari Kelompok Sumber Sekar Lestari.
4. Kelompok Tani Sumber Sekar Lestari, Desa Talun: produk gula aren telah tersertifikasi Halal dengan berbagai produk turunan, produk kopi memiliki ciri khas cita rasa yang berbeda dengan kopi daerah lain.	4. Pemasaran produk kopi terbatas karena belum memiliki sertifikat Halal.
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
1. Meningkatnya jumlah akun sosial media di berbagai lapisan masyarakat.	1. Ancaman bencana alam, seperti cuaca ekstrem dan tanah longsor.
2. Biaya operasional untuk promosi melalui media sosial yang murah.	2. Objek wisata lain di sekitar Kab. Ponorogo yang terus berkembang.
3. Adanya dukungan dari Pemkab. Ponorogo karena area Wisata Telaga Ngebel menjadi destinasi wisata utama di Kab. Ponorogo.	
4. Adanay Festival Grebeg Suro tahunan yang mengundang wisatawan domestik maupun mancanegara.	

METODE

Metode sistem pembelajaran tindakan partisipatif (*Participatory Action Learning System*) digunakan dalam Program PkM ini (Panjaitan et al., 2023). Kegiatan dilaksanakan di Desa Ngebel, Kabupaten Ponorogo, Provinsi Jawa Timur selama satu bulan. Kegiatan peningkatan mutu produk kopi “candu” dan pemasaran melalui *e-Commerce* dilaksanakan dengan metode *Forum Group Discussion* (FGD) (Chamidah et al., 2023) yang kemudian dilanjutkan dengan pendampingan pemasaran secara digital oleh tim. Kegiatan peningkatan keterampilan variasi olahan ikan nila hasil budidaya dilakukan dengan penyampaian materi kemudian diikuti praktik langsung dengan mitra yaitu pembudidaya ikan nila dengan keramba. Kegiatan yang dilakukan adalah pengolahan *fish stick* berbahan daging ikan nila.

Pengolahan *Fish Stick* Nila

Alat yang digunakan dalam pembuatan *fish stick* “nila” yaitu timbangan, pisau, talenan, baskom plaNila, alat penggiling (*food processor*), loyang, kompor, dandang, wajan, serok, dan sendok. Bahan yang digunakan dalam pembuatan *fish stick* adalah daging ikan nila sebagai bahan utama yang digunakan. Bahan-bahan tambahan dalam pembuatan *fish stick* “nila” (per 500 g berat daging) yaitu tepung tapioka 100 g, tepung terigu 30 g, tepung panir 200 g, telur ayam 1 butir, wortel 1 buah (dicincang kecil-kecil), dan daun bawang: dipotong kecil-kecil. Bumbu-bumbu yang ditambahkan pada proses pengolahan *fish stick* agar memiliki cita rasa yang lezat yaitu bawang merah 10 g, bawang putih 35 g, lada secukupnya, garam 20 g, penyedap rasa secukupnya, gula secukupnya, dan minyak goreng. Prosedur kerja pembuatan *fish stick* berbahan ikan nila tercantum pada Gambar 5.



Gambar 5 Diagram Alir Pembuatan *Fish Stick* “Nila”

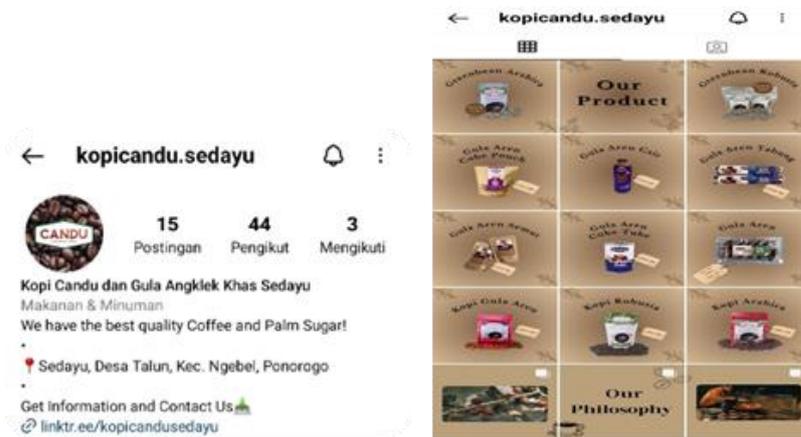
Promosi Digital Melalui Sosial Media dan *e-Commerce*

Untuk kegiatan promosi dengan pendekatan digitalisasi memanfaatkan sosial media seperti *Instagram* dan *platform e-commerce* yang sangat dikenali oleh konsumen saat ini yaitu *Tokopedia* dan *Shopee*. Setelah FGD dan *workshop* dilaksanakan, maka kelompok mitra akan melakukan praktik secara mandiri dengan menerapkan ilmu dan pengalaman yang telah diperoleh dari tim pelaksana pengabdian. Evaluasi pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan cara pengumpulan data dalam bentuk wawancara singkat kepada mitra kegiatan. Hasil evaluasi harus memenuhi indikator keberhasilan kegiatan yang dilihat dari peningkatan pengetahuan dan keterampilan.

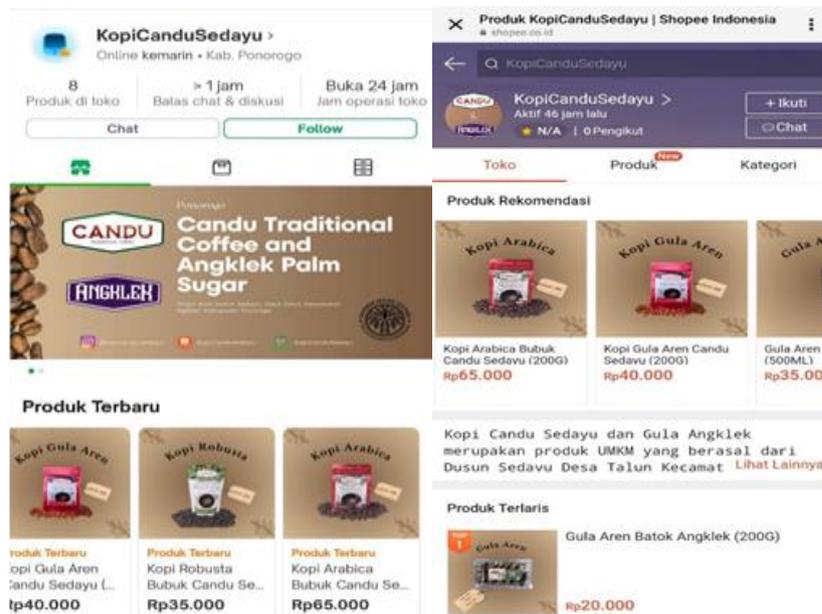
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan sangat bermanfaat bagi pelaku UMKM terutama mitra yakni Kelompok Tani Sumber Sekar Lestari dan Kelompok Pembudidaya Mina Sejahtera. Kegiatan FGD peningkatan keterampilan produsen kopi “Candu” dan pemasaran melalui *e-Commerce* dengan mitra Kelompok Tani Sumber Sekar Lestari dilaksanakan pada

tanggal 22 Juli 2023 membuat anggota kelompok tani menjadi lebih memahami cara untuk meningkatkan mutu kopi yang pada akhirnya meningkatkan nilai jual dari produk kopi “Candu” yang menjadi produk unggulan dari Kelompok Tani Sumber Sekar Lestari. Kemudian dilanjutkan dengan pendampingan promosi digital oleh tim yang menggunakan *platform e-Commerce* bagi Kelompok Tani Sumber Sekar Lestari yaitu *platform Instagram*, *e-Commerce Tokopedia*, dan *Shopee* (Gambar 6 dan Gambar 7).



Gambar 6 Platform Instagram sebagai Salah Satu Media Promosi Produk Kopi “Candu”



Gambar 7 Produk Kopi Candu Telah Dipasarkan Melalui e-Commerce Tokopedia dan Shopee

Sosial media memungkinkan pelanggan dan calon pelanggan yang prospek untuk berkomunikasi langsung berkaitan dengan produk yang dijual secara *online*, sehingga produk tersebut semakin dikenal oleh banyak orang. Penggunaan media elektronik terhadap suatu *brand* merupakan suatu komunikasi yang menyampaikan informasi mengenai pemasok dan penggunaan produk kepada konsumen melalui *online shopping* seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan berbagai media sosial lainnya. Penggunaan sosial media seperti *Instagram* dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap proses pemasaran produk kopi “candu”. Hal ini sesuai dengan yang telah dilaporkan oleh Prakoso dan Budiono (2020) bahwa promosi melalui sosial media *Instagram*, secara parsial berpengaruh terhadap adanya keputusan pembelian. Selain itu, penggunaan sosial media *Instagram* sebagai wadah promosi dan penjualan juga dapat meningkatkan *brand awareness* di kalangan konsumen (Arviani, 2023).

Selain sosial media, terdapat pemanfaatan *e-commerce* seperti yang telah diterapkan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu *Tokopedia* dan *Shopee*. *E-commerce* atau *marketplace* adalah *trend* pemasaran yang memanfaatkan *internet* sebagai penghubung transaksi jual beli. Berbagai *marketplace* yang tersedia di Indonesia seperti *Shopee*, *Tokopedia*, dan *Lazada* yang mempunyai layanan yang dapat menunjang jual beli secara daring. Di era teknologi digital ini, masyarakat sering berbelanja *online* melalui *e-commerce Tokopedia*. Ada banyak alasan konsumen berbelanja di *Tokopedia*. Salah satunya ialah adanya dorongan tentang kebutuhan mengenai produk yang ditawarkan oleh *e-commerce* tersebut (Utama *et al.*, 2023). Penggunaan *Tokopedia* dan *Shopee* sebagai media penjualan kopi “candu” sangat berpengaruh terhadap proses pemasaran produk tersebut. Hal ini sesuai dengan yang telah dilaporkan oleh Daiman *et al.* (2023) bahwa harga, kepercayaan, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembeli pada *e-commerce Tokopedia*.

Kemudian dalam kegiatan pelatihan diversifikasi produk pangan berbahan ikan nila menghasilkan sebuah inovasi baru yaitu *fish stick* “nila” yang berbahan daging ikan nila yang difortifikasi dengan kentang. Pelatihan ini dilakukan untuk mendukung program diversifikasi produk pangan (Hardoko *et al.*, 2023; Sulistiyati

et al., 2022) dan juga sebagai usaha untuk memproduksi oleh-oleh khas wisata Telaga Ngebel yang telah diikuti oleh Pembudidaya Ikan Tambak Mina Sejahtera pada tanggal 18 Juli 2023 di kediaman Ibu Minten, salah satu anggota kelompok Pembudidaya Ikan Tambak Mina Sejahtera.



Gambar 8 Hasil Pelatihan Diversifikasi Produk Pangan *Fish Stick* “Nila”

Partisipasi mitra dalam program pelatihan pembuatan inovasi olahan ikan nila yaitu mitra menyediakan bahan baku ikan nila hasil budidaya dan bumbu-bumbu, serta peralatan memasak sehari-hari. Bahan dan peralatan yang dibutuhkan merupakan bahan yang mudah diperoleh di Desa Ngebel, serta peralatan memasak yang telah digunakan mitra sehari-hari sehingga tidak menyulitkan mitra. Setelah mitra melakukan pembuatan produk sesuai prosedur olahan ikan dengan pendampingan dari tim pengusul, mitra juga dapat langsung memproduksi olahan ikan tersebut.

Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan melalui metode wawancara dengan mitra yang terlibat, memperoleh informasi terkait peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra tentang diversifikasi produk pangan berbahan ikan nila menjadi bentuk *fish stick* “nila” dan juga kemampuan mitra dalam promosi produk kopi secara digital melalui sosial media *Instagram* dan *e-commerce* seperti *Tokopedia* dan *Shopee*. Hal ini menunjukkan adanya keberhasilan dalam pelaksanaan kegiatan yang didasar pada terbentuknya pengetahuan dan keterampilan mitra.

Evaluasi dalam pelaksanaan program ini adalah melalui tingkat keaktifan anggota mitra dalam pelatihan serta kesediaan mitra untuk mengimplementasikan pelatihan untuk produksi. Kemudian diperlukan adanya keberlanjutan dari program

ini yaitu melalui perancangan kemasan dan pendampingan pengurusan izin P-IRT dan izin edar sehingga produk dapat dipasarkan lebih luas.

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, maka dapat disimpulkan bahwa: (1) pada saat pelaksanaan pelatihan, antusiasme serta keaktifan dari peserta sangat tinggi yang terlihat dari banyaknya pertanyaan yang dilontarkan hingga jumlah partisipasi dalam acara tersebut, (2) pembuatan *fish stick* “nila” mampu membuat masyarakat tertarik untuk melakukan diversifikasi produk pangan yang akan dijadikan produk unggulan untuk dijual sebagai oleh-oleh khas wisata Telaga Ngebel, dan (3) Kelompok Tani Sumber Sekar Lestari sebelumnya belum dapat melakukan promosi secara digital atau melalui sosial media namun setelah melalui pelatihan dan pendampingan Kelompok Tani Sumber Sekar Lestari sudah dapat memanfaatkan media sosial sebagai bentuk promosi produk-produk yang mereka hasilkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih atas bantuan dan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Brawijaya melalui Hibah Pengabdian Masyarakat Strategis 1000 Desa Tahun 2023 (No. Kontrak: 899.11/UN10.C20/2023).

DAFTAR PUSTAKA

- Arviani, K. (2023). Pengaruh *social media marketing instagram* terhadap *brand awareness* produk lokal erigo apparel. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 5(2), 216-224.
- BPS Ponorogo. (2010). PDRB Seri 2010 Kabupaten Ponorogo Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (Juta Rupiah), 2020-2022 (Online), <https://ponorogokab.bps.go.id/indicator/52/42/1/-pdrb-seri-2010-kabupaten-ponorogo-atas-dasar-harga-berlaku-menurut-lapangan-usaha.html>, diakses 11 April 2023.
- Chamidah, A., Suprayitno, E., Hardoko, Sulistiyati, T. D., Pustpitasari, Y. E., Tambunan, J. E., & Djamaludin, H. (2023). Pelatihan teknik pengemasan vakum pada produk *nugget* ikan di umkm sumber rejeki, Trenggalek. *Piskarias Ministerium*, 1(1), 21-27.

- Daiman, M. S., Yulita, I. K., & Poerwanto, G. H. (2023). Pengaruh harga, kepercayaan, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada pengguna *e-commerce Tokopedia*. *EXERO*, 06 (01), 83-103.
- Dinas Pertanian Ponorogo. (2020). Luas Areal, Produksi, dan Nilai Perikanan Darat Tahun 2020. (Online, <https://data.ponorogo.go.id/instansi/Dipertahankan>).
- Hardoko, Arifin, Z. M., Haji, T. S., Tambunan, J. E., & Djamaludin, H. (2023). Penggunaan teknologi gelombang mikro untuk pengempukan sate tuna di poklhasr mina jaya mandiri, Pantai Kondang Merak, Malang. *Prosiding PKM-CSR*, 6, 1-7.
- Kominfo Ponorogo. (2023). Pariwisata dan UMKM Dorong Pertumbuhan Ekonomi Ponorogo. (Online), <https://ponorogo.go.id/2023/03/08/pariwisata-dan-umkm-dorong-pertumbuhan-ekonomi-ponorogo/>.
- Panjaitan, M. A. P., Suprayitno, E., Hardoko, H., Sasmito, B. B., Chamidah, A., Sulistiyati, T. D., Puspitasari, Y. E., Djamaludin, H., & Tambunan, J. E. (2021). Pelatihan pengolahan se'i tuna dengan fortifikasi ekstrak daun jati di Desa Gajahrejo Kabupaten Malang. *Prosiding PKM-CSR*, 4, 642-648.
- Prakoso, C., & Budiono. (2020). Pengaruh promosi media sosial instagram, *store atmosphere* dan cita rasa produk terhadap keputusan pembelian pada restoran ayam geprek juara di Rawamangun. *Jurnal Manajemen*, 03(01), 1-13.
- Pemkab Ponorogo. (2022). Siapkan Ngebel Sebagai Wisata Pemikat, Kang Bupati Sugiri Sertai Penyaluran Baksos PKK Dengan Kampanye Sadar Wisata, (Online), <https://prokopim.ponorogo.go.id/2022/02/siapkan-ngebel-sebagai-wisata-pemikat-kang-bupati-sugiri-sertai-penyaluran-baksos-pkk-dengan-kampanye-sadar-wisata/>.
- Salikudin, M. (2022). Analisis rantai nilai kopi ponorogo. *Jurnal Agroindustri Pangan*, 1(1), 18-31.
- Sulistiyati, T. D., Suprayitno, E., Djamaludin, H., Tambunan, J. E., & Muchayarah, U. (2022). The effect of fortification Moringa oleifera leaves powder on calcium content in otak-otak products of *Clarias* sp. *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science*, 1036(012071), 1-12.
- Utama, F. R., Musa, C. I., Dipotmodjo, T. S. P., Musa, M. I., & Haeruddin, M. I. W. (2023). Pengaruh *social media marketing activities* terhadap keputusan pembelian di *marketplace Shopee*. *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis dan Ekonomi*, 1(2), 57-66.