

Strategi Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Usaha Keripik Pegagan: Studi Kasus di Desa Keditan, Magelang

Indah Susantun & Rindang Nuri Isnaini Nugrohowati

Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

Abstrak

Pegagan (*Centella asiatica*) merupakan tanaman liar dengan berbagai manfaat kesehatan, namun pemanfaatannya di Desa Keditan sebelumnya hanya terbatas sebagai pakan ternak. Sejak tahun 2019, mahasiswa Universitas Islam Indonesia (UII) melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) mendampingi masyarakat untuk mengolah pegagan menjadi keripik. Meskipun demikian, usaha ini masih menghadapi kendala seperti keterbatasan pemasaran, minimnya inovasi produk, serta pengemasan yang kurang menarik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemberdayaan masyarakat dalam mengembangkan usaha keripik pegagan melalui program pendampingan. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dengan tahapan observasi, pelatihan, pendampingan langsung, dan evaluasi. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan keterampilan masyarakat dalam pemasaran, inovasi rasa, serta pengemasan produk. Selain itu, distribusi produk tidak lagi terbatas pada wilayah lokal, tetapi mulai merambah ke area wisata. Diharapkan, keberlanjutan program ini dapat meningkatkan daya saing keripik pegagan di pasar yang lebih luas serta memperkuat ekonomi masyarakat setempat.

Kata kunci: Pemberdayaan masyarakat, pemasaran, inovasi produk, pengemasan

Community Empowerment Strategies in the Development of *Centella Asiatica* Chips Business: A Case Study in Keditan Village, Magelang

Abstract

Centella asiatica is a wild plant with various health benefits; however, its utilization in Keditan Village was previously limited to livestock feed. Since 2019, students from the Islamic University of Indonesia (UII) have assisted the community through a community service program (KKN) to process *Centella asiatica* into chips. However, this business still faces challenges such as limited marketing, lack of product innovation, and inadequate packaging. This study aims to analyze community empowerment strategies in developing the *Centella asiatica* chips business through an assistance program. The method used is a participatory approach with stages including observation, training, direct assistance, and evaluation. The results show an improvement in the community's skills in marketing, product innovation, and packaging. Additionally, product distribution has expanded beyond the local area to tourism markets. It is expected that the sustainability of this program will enhance the competitiveness of *Centella asiatica* chips in a broader market and strengthen the local community's economy.

Keywords: Community empowerment, marketing, product innovation, packaging

Submitted: March 17, 2025

Received: April 10, 2025

Published: April 17, 2025

PENDAHULUAN

Pegagan (*Centella asiatica*) merupakan tanaman herbal yang telah banyak diteliti karena manfaatnya dalam meningkatkan daya ingat, memperbaiki metabolisme, serta potensinya sebagai obat herbal alami (Rahman, 2024; Rohmaha et al., 2022; Speers et al., 2021). Pegagan mengandung senyawa bioaktif seperti asiaticoside dan madecassoside yang memiliki sifat antioksidan dan antiinflamasi, menjadikannya bahan yang berharga dalam industri farmasi dan makanan fungsional (Palupi et al., 2019, p. 2).

Contact: Indah Susantun | indahsusantun@uii.ac.id

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International (CCBY-SA 4.0) License (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

Di Indonesia, pegagan umumnya tumbuh liar di daerah beriklim tropis, termasuk di Desa Keditan, Kecamatan Ngablak, Kabupaten Magelang. Masyarakat setempat sebelumnya hanya memanfaatkan pegagan sebagai pakan ternak karena kurangnya pengetahuan tentang potensi ekonominya (Vinolina & Sigalingging, 2021; Wulansari et al., 2024). Namun, sejak tahun 2019, mahasiswa Universitas Islam Indonesia (UII) melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) berupaya mengubah paradigma ini dengan mendampingi masyarakat dalam mengolah pegagan menjadi produk bernilai jual, seperti keripik pegagan (Muchtaromah et al., 2024).

Pendampingan ini meliputi tiga aspek utama: inovasi rasa, pengemasan, dan strategi pemasaran. Inovasi produk diperlukan untuk meningkatkan daya tarik konsumen, sementara kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya saing di pasar modern (Yanthi et al., 2024). Selain itu, pemasaran menjadi tantangan utama, karena distribusi produk masih terbatas pada wilayah lokal. Penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital dan jaringan komunitas dapat membantu memperluas jangkauan pasar bagi produk lokal berbasis pertanian (Putri & Mulyanti, 2023; Vinolina & Sigalingging, 2021).

Selain strategi pemasaran, inovasi dalam proses produksi juga berperan penting. Pegagan memiliki potensi besar dalam industri makanan sehat, karena kandungan bioaktifnya yang mendukung kesehatan otak dan sistem saraf (Nasir, Bakar, et al., 2019; Sukweenadhi et al., 2020). Oleh karena itu, variasi rasa dan teknik pengolahan modern, seperti metode pengeringan yang lebih efisien, dapat meningkatkan kualitas dan daya tahan produk (Wijeyaratne & Kumari, 2021). Di sisi lain, kemasan produk memiliki dampak besar terhadap keputusan pembelian konsumen. Kemasan yang menarik dan ramah lingkungan dapat meningkatkan persepsi positif terhadap produk dan memperluas daya jangkau pasar (Hasana et al., 2021; Legiawati, 2021). Oleh sebab itu, dalam pendampingan ini, aspek kemasan juga menjadi fokus utama untuk meningkatkan daya saing keripik pegagan.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis dampak program pendampingan terhadap pengembangan usaha keripik pegagan di Desa Keditan, khususnya dalam hal pemasaran, inovasi rasa, dan perbaikan kemasan. Kajian ini diharapkan dapat menjadi model bagi pengembangan usaha berbasis potensi lokal dengan pendekatan pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan metode pendampingan berbasis pemberdayaan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kelompok usaha dalam mengembangkan produk keripik pegagan. Pendampingan ini melibatkan interaksi langsung antara tim Universitas Islam Indonesia (UII) dan komunitas lokal di Desa Keditan, dengan tahapan utama yang meliputi observasi, pelatihan, pendampingan langsung, dan evaluasi.

Pada tahap awal, dilakukan observasi untuk memahami kondisi mitra usaha, termasuk aspek produksi, pemasaran, inovasi rasa, dan pengemasan. Observasi dilakukan melalui wawancara dengan anggota kelompok usaha dan diskusi kelompok terfokus (Focus Group Discussion, FGD) untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi. Selain itu, analisis SWOT diterapkan untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan dalam pengembangan usaha keripik pegagan. Dari hasil observasi ini, ditemukan bahwa mitra mengalami keterbatasan dalam pemasaran digital, belum memiliki inovasi produk yang beragam, serta pengemasan yang masih sederhana dan kurang menarik bagi konsumen.

Berdasarkan temuan tersebut, dilakukan serangkaian pelatihan yang difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu pemasaran digital, inovasi rasa, dan pengemasan produk. Pelatihan pemasaran digital diberikan untuk meningkatkan pemanfaatan media sosial dalam promosi produk, strategi branding berbasis kearifan lokal, serta teknik penetrasi pasar di luar Desa Keditan. Sementara itu, dalam pelatihan inovasi rasa, dilakukan eksperimen dengan berbagai varian seperti pedas, keju, dan manis untuk

memperluas segmentasi pasar. Pelatihan ini juga mencakup studi literatur mengenai manfaat kesehatan pegagan sebagai nilai tambah produk. Selain itu, pelatihan desain kemasan bertujuan untuk meningkatkan estetika produk dengan menggunakan bahan kemasan yang lebih tahan lama dan ramah lingkungan serta mencantumkan label produk sesuai standar industri makanan ringan.

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan langsung dalam produksi dan pemasaran. Tim pendamping membantu mitra dalam uji coba produksi varian rasa baru, perancangan kemasan yang lebih menarik, serta simulasi pemasaran melalui kerja sama dengan toko oleh-oleh dan platform digital. Pendampingan ini dilakukan secara bertahap dan berulang untuk memastikan bahwa keterampilan yang diperoleh oleh mitra dapat diterapkan secara berkelanjutan.

Tahap terakhir adalah evaluasi keberhasilan program, yang dilakukan untuk menilai efektivitas pendampingan dalam pengembangan usaha keripik pegagan. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan data sebelum dan sesudah program, termasuk volume produksi, jumlah varian produk, serta cakupan pemasaran. Selain itu, wawancara dan survei kepuasan mitra dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pelatihan dan pendampingan memberikan dampak positif terhadap usaha mereka. Studi dokumentasi terhadap catatan produksi dan keuangan juga dilakukan sebagai bahan analisis keberlanjutan program. Hasil evaluasi ini menjadi dasar bagi rekomendasi perbaikan lebih lanjut agar pendampingan ini dapat terus berjalan dan berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat di Desa Keditan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan Peningkatan Sumber Daya Manusia

Keberhasilan suatu usaha berbasis komunitas, seperti yang terlihat di Desa Keditan, sangat bergantung pada kapasitas sumber daya manusia yang mengelolanya. Dalam hal ini, kelompok usaha keripik pegagan yang mayoritas terdiri dari ibu rumah tangga menunjukkan tantangan dalam aspek manajerial, pemasaran, dan inovasi produk. Underdagnifikasi mengenai kapasitas anggota kelompok dapat dilihat sebagai kendala ketika mereka masih mengandalkan metode produksi tradisional tanpa pengetahuan yang mendalam tentang strategi pemasaran modern. Hal ini sejalan dengan temuan Hidayat dan Syahid yang menekankan pentingnya keterlibatan berbagai pihak, baik dari pemerintah maupun lembaga swasta, untuk mendorong keberdayaan komunitas dalam pengembangan usaha kecil (Hidayat & Syahid, 2019). Pendampingan yang direncanakan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan melalui pelatihan sistematis, sejalan dengan pendekatan pemberdayaan yang berbasis pendidikan untuk perempuan dalam kewirausahaan, yang dibahas oleh Schneider (Schneider, 2017).

Keterbatasan dalam kapasitas sumber daya manusia seringkali menghambat pertumbuhan usaha, terutama di kalangan perempuan yang terlibat dalam usaha kecil. Penelitian menunjukkan bahwa pendidikan dan pelatihan yang tepat dapat membekali perempuan dengan kemampuan dalam menerapkan praktik bisnis modern, dan mendorong inovasi dalam produk, pemasaran, dan struktur organisasi (Fatima et al., 2022; Sami & Roychowdhury, 2024). Misalnya, program pelatihan yang dirancang khusus untuk wanita dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang kewirausahaan serta keterampilan manajerial yang diperlukan untuk sukses (Bullough et al., 2015). Dengan demikian, pelaksanaan program pendampingan akan berfokus pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan para anggota kelompok, dengan harapan untuk mengubah cara mereka beroperasi dan berkompetisi di pasar.

Dalam konteks ini, keberhasilan program pendampingan bergantung pada pendekatan yang inklusif dan partisipatif. Melibatkan para pemangku kepentingan lain, seperti lembaga pendidikan dan organisasi pengembangan komunitas, sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang mendukung

pembelajaran dan inovasi. Upaya untuk memperkuat kapasitas dan pengetahuan anggota kelompok juga sejalan dengan konsep pemberdayaan sosial yang dikemukakan oleh Hidayat yang menggarisbawahi pentingnya partisipasi komunitas dalam pembangunan ekonomi. Kesadaran yang ditingkatkan melalui pelatihan ini akan memungkinkan anggota kelompok untuk lebih mandiri dan berinovasi dalam praktik bisnis mereka.

Sebagai langkah awal, kegiatan pelatihan dan pendampingan dilakukan di Balai Desa Keditan, Kecamatan Ngablak, Kabupaten Magelang. Pelatihan ini menghadirkan narasumber dari Universitas Islam Indonesia (UII) yang memiliki keahlian dalam bidang pemasaran, inovasi produk, serta pengemasan. Materi yang diberikan meliputi strategi pemasaran digital, branding produk berbasis kearifan lokal, pengembangan inovasi rasa, serta perbaikan kualitas pengemasan. Peserta diajak untuk memahami pentingnya menciptakan nilai tambah dalam produk, baik dari aspek inovasi maupun strategi pemasaran, agar dapat bersaing di pasar yang lebih luas.



Gambar 1. Pelatihan Sumber Daya Manusia

Pelatihan ini tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga menekankan pada praktik langsung agar peserta dapat lebih memahami konsep yang diajarkan. Dalam sesi interaktif, peserta diberikan simulasi bagaimana melakukan pemasaran melalui media sosial, merancang strategi promosi berbasis storytelling, serta menganalisis preferensi pasar terhadap produk berbasis herbal. Selain itu, diberikan contoh studi kasus dari usaha kecil menengah (UKM) lain yang berhasil melakukan transformasi dari usaha tradisional ke skala yang lebih besar melalui inovasi pemasaran dan produk.

Hasil dari pelatihan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap aspek pemasaran dan inovasi produk. Sebagian besar peserta mulai menyadari pentingnya adaptasi terhadap tren pasar dan penggunaan media digital sebagai sarana promosi yang lebih efektif. Selain itu, pelatihan ini juga memberikan motivasi bagi kelompok usaha untuk lebih aktif dalam mengeksplorasi potensi pegagan sebagai produk makanan sehat yang bernilai ekonomi tinggi. Dengan adanya peningkatan kapasitas sumber daya manusia, diharapkan usaha keripik pegagan di Desa Keditan dapat berkembang lebih profesional dan berkelanjutan di masa depan.

Pendampingan Inovasi Rasa dan Pengembangan Produk

Inovasi rasa dan pengembangan produk merupakan aspek yang krusial dalam meningkatkan daya tarik serta nilai jual suatu produk. Sebelum program pendampingan dilaksanakan, keripik pegagan yang dihasilkan oleh kelompok usaha di Desa Keditan hanya tersedia dalam varian rasa original. Hal ini jelas terbatas dan tidak menarik bagi pasar yang lebih luas, sebagaimana dibahas oleh Hartini, yang menekankan pentingnya inovasi dalam meningkatkan kualitas dan daya saing produk (Hartini, 2012). Penelitian menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah diharapkan dapat menghasilkan produk inovatif yang berkualitas tinggi agar dapat bersaing di pasar global, menciptakan keunikan dan diferensiasi (Maulana & Alisha, 2020).

Pendampingan yang dirancang difokuskan pada pengembangan inovasi rasa dan diversifikasi produk melalui eksperimen yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat. Dalam konteks ini, hasil dari program pemberdayaan masyarakat seperti yang dilakukan di Dusun Pongangan menunjukkan bagaimana inovasi dalam pengembangan produk mampu meningkatkan reputasi pasar dan memberikan wawasan kepada masyarakat tentang proses produksi (Mansir, 2022). Program pendampingan dapat melibatkan pelatihan pembuatan berbagai varian rasa baru, menggali lebih dalam preferensi konsumen yang terus berkembang, dan eksplorasi terhadap potensi varian rasa lain yang mungkin lebih sesuai untuk menarik minat konsumen modern.

Penting untuk diingat bahwa pengembangan inovasi produk juga harus beriringan dengan strategi pemasaran yang efektif, seperti yang diungkapkan oleh Mulyati dan Kurnia dalam penelitiannya mengenai inovasi produk yang bertujuan meningkatkan pendapatan masyarakat (Mulyati & Kurnia, 2021). Teknik pemasaran yang baik, termasuk kemasan yang menarik dan pemasaran digital, telah terbukti mampu meningkatkan visibilitas produk di pasar yang lebih kompetitif (Sugiarto et al., 2021). Oleh karena itu, keterlibatan masyarakat dalam proses inovasi produk bukan hanya untuk nilai jual, tetapi juga untuk menciptakan rasa memiliki yang pada akhirnya dapat mendorong keberhasilan usaha secara keseluruhan.

Sebagai langkah awal, kelompok usaha diberikan pelatihan mengenai teknik inovasi rasa, termasuk bagaimana mengkombinasikan bahan tambahan yang dapat meningkatkan cita rasa keripik pegagan tanpa menghilangkan manfaat kesehatannya. Dalam sesi ini, peserta diperkenalkan dengan beberapa varian rasa potensial, seperti pedas, keju, manis, dan kombinasi rempah-rempah khas daerah. Uji coba dilakukan dengan melibatkan anggota kelompok usaha dan beberapa responden dari masyarakat sekitar untuk mengidentifikasi varian rasa yang paling diminati. Hasilnya, kombinasi rasa pedas dan keju mendapatkan respons yang cukup baik, terutama di kalangan konsumen muda dan wisatawan.



Gambar 2. Kegiatan Produksi dan Kemasan Awal

Proses produksi varian rasa baru ini dilakukan secara bertahap dengan mempertimbangkan kesesuaian bahan tambahan serta metode pengolahan yang tetap menjaga keaslian rasa pegagan. Pendampingan tidak hanya mencakup eksperimen dalam komposisi rasa, tetapi juga dalam metode

pemanggang dan penggorengan yang lebih optimal untuk menghasilkan tekstur yang renyah dan tahan lama. Selain itu, dilakukan simulasi pengemasan awal agar produk memiliki tampilan yang lebih menarik, meskipun masih menggunakan bahan kemasan yang sederhana.

Hasil dari pendampingan ini menunjukkan bahwa inovasi rasa dapat meningkatkan daya tarik produk secara signifikan. Produk dengan varian rasa baru mulai mendapatkan permintaan lebih tinggi, tidak hanya dari masyarakat lokal, tetapi juga dari wisatawan yang datang ke daerah sekitar. Ke depan, diversifikasi produk berbasis pegagan dapat terus dikembangkan dengan eksplorasi lebih lanjut terhadap tren pasar makanan sehat dan herbal yang sedang berkembang. Dengan inovasi yang berkelanjutan, diharapkan keripik pegagan dari Desa Keditan dapat memiliki daya saing yang lebih baik di pasar yang lebih luas.

Pendampingan Kemasan Produk dan Tempat untuk Menjual

Kemasan produk adalah elemen krusial dalam pemasaran karena dapat secara signifikan meningkatkan daya tarik dan persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Dalam konteks keripik pegagan di Desa Keditan, sebelum program pendampingan dilaksanakan, kemasan yang digunakan masih sangat sederhana, yaitu plastik tipis dengan stiker sederhana, yang tidak mampu menjaga ketahanan produk dalam jangka panjang. Masalah ini berkaitan dengan pentingnya desain kemasan yang baik yang tidak hanya melindungi produk, tetapi juga menyampaikan informasi yang menarik bagi konsumen, sehingga membantu meningkatkan nilai jual (Ermawati, 2019).

Beberapa referensi menunjukkan bahwa kemasan yang baik dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Misalnya, penelitian oleh Qur'Ani et al. membuktikan bahwa penggunaan kemasan yang lebih baik dapat meningkatkan penjualan, serta mengindikasikan bahwa perusahaan perlu berinvestasi dalam pengembangan kemasan yang menarik dan fungsional untuk meningkatkan daya tarik produk dan pada akhirnya meningkatkan penjualan (Qur'ani et al., 2024). Dengan demikian, pendampingan yang difokuskan pada peningkatan kualitas pengemasan sangat penting, terutama dalam upaya meningkatkan daya jual keripik pegagan agar dapat dipasarkan di luar wilayah desa (Pulungan et al., 2019).

Lebih lanjut, kemasan yang dirancang dengan baik dapat menimbulkan persepsi positif dalam benak konsumen bahwa produk yang ditawarkan berkualitas tinggi. Hal ini ditegaskan dalam penelitian oleh Ermawati, yang menyatakan bahwa kemasan yang dirancang dengan baik akan menciptakan persepsi dalam benak konsumen bahwa produk berkualitas (Ermawati, 2019). Mengingat bahwa kemasan yang kurang menarik pada keripik pegagan membatasi pasarnya, pendampingan untuk meningkatkan estetika kemasan serta daya tahan produk menjadi sangat relevan.

Sebagai bagian dari program ini, masyarakat diberikan pelatihan mengenai standar pengemasan yang lebih baik, termasuk pemilihan bahan kemasan yang lebih tahan terhadap udara dan kelembaban, serta teknik penyegelan yang lebih efektif. Selain itu, desain kemasan juga diperbaiki dengan menampilkan informasi yang lebih jelas dan menarik, seperti komposisi bahan, manfaat kesehatan pegagan, serta identitas usaha yang dapat meningkatkan branding produk. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan bahwa produk keripik pegagan tidak hanya memiliki cita rasa yang baik, tetapi juga memiliki tampilan yang lebih profesional dan kompetitif di pasar.



Gambar 3. Kegiatan Pengemasan dan Pemasaran Produk

Selain memperbaiki kemasan, pendampingan juga dilakukan dalam aspek distribusi dan strategi penjualan. Masyarakat diajarkan cara menempatkan produk di berbagai titik penjualan strategis, seperti toko oleh-oleh, pasar tradisional, serta area wisata di sekitar Kopeng. Beberapa kelompok usaha bahkan mulai mencoba pemasaran melalui media sosial dan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Upaya ini dilakukan untuk memastikan bahwa keripik pegagan tidak hanya dijual secara lokal, tetapi juga dapat diperkenalkan ke konsumen di luar daerah.

Hasil dari pendampingan ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam kualitas kemasan serta strategi pemasaran. Dengan kemasan yang lebih menarik dan profesional, produk ini mulai mendapatkan perhatian dari konsumen di luar Desa Keditan. Selain itu, melalui pemasaran yang lebih strategis, permintaan terhadap keripik pegagan mengalami peningkatan, terutama dari wisatawan yang mencari oleh-oleh khas daerah. Ke depan, diharapkan kelompok usaha ini dapat terus memperluas jangkauan pemasaran mereka dengan memanfaatkan berbagai jaringan distribusi yang lebih luas serta meningkatkan strategi branding agar produk semakin dikenal di pasar nasional.

KESIMPULAN

Program pendampingan dalam pengembangan usaha keripik pegagan di Desa Keditan telah memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas masyarakat dalam berbagai aspek, terutama dalam sumber daya manusia, inovasi produk, serta kemasan dan pemasaran. Melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan, kelompok usaha mengalami peningkatan keterampilan dalam produksi, diversifikasi produk, serta strategi pemasaran yang lebih efektif. Dalam aspek sumber daya manusia, pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya inovasi dalam bisnis, terutama dalam strategi pemasaran digital dan branding produk. Pendampingan inovasi rasa juga berkontribusi pada pengembangan varian produk yang lebih beragam, yang pada akhirnya meningkatkan daya tarik dan segmentasi pasar keripik pegagan. Selain itu, perbaikan dalam pengemasan tidak hanya meningkatkan estetika produk, tetapi juga memperpanjang umur simpan dan memperluas peluang pemasaran ke luar daerah. Secara keseluruhan, program ini telah menunjukkan bahwa pendekatan berbasis pemberdayaan masyarakat dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing produk lokal. Namun, untuk menjaga keberlanjutan usaha, masih diperlukan dukungan lebih lanjut dalam bentuk akses permodalan, peningkatan jaringan pemasaran, serta kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk koperasi, pelaku industri kuliner, dan platform e-commerce. Dengan strategi yang berkelanjutan, diharapkan usaha keripik pegagan dari Desa Keditan dapat terus berkembang dan menjadi produk unggulan yang memiliki daya saing di tingkat regional maupun nasional.

Ucapan Terima Kasih (Acknowledgment)

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) Universitas Islam Indonesia yang telah mendukung kegiatan pendampingan ini. Terima kasih juga disampaikan kepada perangkat desa dan masyarakat Desa Keditan, Kecamatan Ngablak, Kabupaten Magelang yang telah berpartisipasi aktif dalam program ini. Kontribusi dan antusiasme mereka sangat berperan dalam keberhasilan program pemberdayaan ini.

Pernyataan Konflik Kepentingan (Conflict of Interest Statement)

Penulis menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan dalam penelitian dan publikasi artikel ini. Semua data dan hasil yang disajikan merupakan hasil dari kegiatan pendampingan yang dilakukan secara independen dan objektif, tanpa adanya pengaruh dari pihak eksternal yang dapat mempengaruhi interpretasi atau kesimpulan penelitian.

Pernyataan Pendanaan (Funding Statement)

Program pendampingan ini didanai oleh Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) Universitas Islam Indonesia melalui skema hibah pengabdian kepada masyarakat. Pendanaan ini digunakan untuk mendukung pelaksanaan program, termasuk kegiatan pelatihan, produksi, inovasi produk, serta perbaikan kemasan dan pemasaran keripik pegagan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bullough, A., Luque, M. S. d., Abdelzaher, D., & Heim, W. (2015). Developing Women Leaders Through Entrepreneurship Education and Training. *Academy of Management Perspectives*, 29(2), 250–270. <https://doi.org/10.5465/amp.2012.0169>
- Ermawati, E. (2019). Pendampingan Peranan dan Fungsi Kemasan Produk dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor. *Empowerment Society*, 2(2), 15–22. <https://doi.org/10.30741/eps.v2i2.459>
- Fatima, S. Z. A., Mushtaq, M., & Saba, Ms. M. (2022). Psychological Analysis of Females' Attitude Toward Entrepreneurship as a Career in Azad Kashmir. *International Research Journal of Management and Social Sciences*, 3(2), 88–98. [https://doi.org/10.53575/irjmss.v3.2.9\(22\)88-98](https://doi.org/10.53575/irjmss.v3.2.9(22)88-98)
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1). <https://doi.org/10.9744/jmk.14.1.83-90>
- Hasana, A. R., Kusuma, I. A. P., & Andika, V. K. (2021). Pemberdayaan Anggota PKK Kelurahan Kauman Kota Malang dalam Pembuatan Face Mist Ekstrak Pegagan untuk Lansia. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 120–125. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.6421>
- Hidayat, D., & Syahid, A. (2019). Local Potential Development (Local Genius) in Community Empowerment. *Journal of Nonformal Education*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.15294/jne.v5i1.18343>
- Legiawati, L. (2021). Centella asiatica: Alternative dry skin therapy in type 2 diabetes mellitus. *Journal of the Medical Sciences (Berkala Ilmu Kedokteran)*, 53(3), Art. 3. <https://jurnal.ugm.ac.id/bik/article/view/54955>
- Mansir, F. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Kelompok Produktif Dusun Pongangan Melalui Program Inovasi Pengembangan Produk di Era Covid-19. *Jurnal Abdimas Mahakam*, 6(01), 87–95. <https://doi.org/10.24903/jam.v6i01.1174>
- Maulana, Y. S., & Alisha, A. (2020). Inovasi Produk dan Pengaruhnya terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran Ichi Bento Cabang Kota Banjar). *Inovbiz Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 86. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i1.1313>

- Muchtaromah, B., Firdaus, A. M., Ansori, A. N., Duhita, M. R., Minarno, E. B., Hayati, A., Ahmad, M., & Analisa, I. (2024). Effect of pegagan (*Centella asiatica*) nanoparticle coated with chitosan on the cytokine profile of chronic diabetic mice. *Narra J*, 4(1), Art. 1. <https://doi.org/10.52225/narra.v4i1.697>
- Mulyati, T., & Kurnia, T. (2021). Inovasi Pengolahan Keripik Daun Pepaya Guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Almujtamae Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 88–95. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v1i2.2929>
- Nasir, N. N. M., Bakar, Mohd. F. A., & Ismail, N. A. (2019). Formulation and anti-aging evaluation of polyherbal tea. *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, 8(1.3), 240–245. <https://doi.org/10.30534/ijatcse/2019/4781.32019>
- Palupi, F. D., Waskita, B., & Nuhriawangsa, A. M. P. (2019). Pengaruh Dosis Dan Lama Waktu Pemberian Ekstrak Etanol Pegagan (*centella Asiatica*) Terhadap Kadar Gula Darah dan Derajat Insulitis Tikus Model Diabetes Melitus Tipe 2. *Media Gizi Mikro Indonesia*, 10(2). <https://doi.org/10.22435/mgmi.v10i2.588>
- Pulungan, M. H., Hastari, L. D., & Dewi, I. A. (2019). Perbaikan Desain Kemasan Produk Biskuit Brownies Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Teknotan*, 13(2), 39. <https://doi.org/10.24198/jt.vol13n2.2>
- Putri, H. A. P. H. A., & Mulyanti, D. (2023). Karakterisasi Simplisia dan Ekstrak Etanol Daun Pegagan (*Centella asiatica* (L.) Urban). *Jurnal Riset Farmasi*, 43–48. <https://doi.org/10.29313/jrf.v3i1.3120>
- Qur'ani, B., Ratnawati, T., & Widodo, S. (2024). Analisis Pengaruh Penggunaan Kemasan Sekunder Terhadap Penjualan Produk Bakery. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 7(1), 53–62. <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v7i1.156>
- Rahman, Md. M. (2024). Moderating effects of energy poverty on financial inclusion, FinTech lending, and economic growth: Evidence from fsQCA, NCA, and econometric models. *Environmental Challenges*, 15, 100867. <https://doi.org/10.1016/j.envc.2024.100867>
- Rohmaha, F. U., Safitri, R. A., Rahmawati, A. U., & Rahmawati, A. (2022). Effect of Ethanol Solution Concentration in the Extraction Process of *Centella asiatica* L. Bioactive Components Using Microwave-Assisted Extraction (MAE) Method. *Journal of Biobased Chemicals*, 2(2). <https://doi.org/10.19184/jobc.v2i2.274>
- Sami, S., & Roychowdhury, S. (2024). An in-Depth Analysis of the Effectiveness of Women's Entrepreneurship Training and Skill Development Programs. *Gijmdr*, 9(2), 8–25. <https://doi.org/10.58419/gbs.v9i2.922302>
- Schneider, K. (2017). Promoting the Entrepreneurial Success of Women Entrepreneurs Through Education and Training. *Science Journal of Education*, 5(2), 50. <https://doi.org/10.11648/j.sjedu.20170502.13>
- Speers, A. B., García-Jaramillo, M., Feryn, A., Matthews, D. G., Lichtenberg, T., Caruso, M., Wright, K. M., Quinn, J. F., Stevens, J. F., Maier, C. S., Soumyanath, A., & Gray, N. E. (2021). *Centella asiatica* Alters Metabolic Pathways Associated With Alzheimer's Disease in the 5xFAD Mouse Model of β -Amyloid Accumulation. *Frontiers in Pharmacology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fphar.2021.788312>
- Sugiarto, Y., Utari, W., & Hartati, C. S. (2021). Analisis Inovasi Produk Terhadap Harga Jual Garam Pada PT Garsindo Anugerah Sejahtera Gresik. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(3), 148–160. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v5i3.515>

- Sukweenadhi, J., Yunita, O., Setiawan, F., KARTINI, Siagian, M. T., Danduru, nggreyni P., & Avanti, C. (2020). Antioxidant activity screening of seven Indonesian herbal extract. *Biodiversitas Journal of Biological Diversity*, 21(5). <https://doi.org/10.13057/biodiv/d210532>
- Vinolina, N. S., & Sigalingging, R. (2021). Pegagan (*Centella asiatica*) as a functional food for health with centelloside content. *E3S Web of Conferences*, 332, 08008. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202133208008>
- Wijeyaratne, W. M. D. N., & Kumari, E. A. C. S. (2021). Heavy metal concentrations in the edible portions of *Centella asiatica*: Health risk toward chronic kidney disease of uncertain etiology. *SN Applied Sciences*, 3(6). <https://doi.org/10.1007/s42452-021-04666-6>
- Wulansari, N. T., Padmiswari, A. A. I. M., Harditya, K. B., Damayanti, I. A. M., Dharmapatni, N. W. K., & Dewi, K. M. C. (2024). Sosialisasi Potensi Daun Pegagan (*Centella Asiatica*) Sebagai Minuman Herbal Yang Bersifat Antibakteri Di Desa Renon. *Jurnal Abdimas ITEKES Bali*, 3(2), Art. 2. <https://doi.org/10.37294/jai.v3i2.546>
- Yanthi, V., Mahyarudin, M., & Rialita, A. (2024). Antifungal Activity of Endophytic Bacteria isolated from Pegagan (*Centella asiatica* L.) for Inhibition the Growth of *Malassezia furfur* | *Jurnal Biologi UNAND*. <https://jbioua.fmipa.unand.ac.id/index.php/jbioua/article/view/341>