



Penguatan Literasi Masyarakat Kelurahan Winduhaji Terhadap Digitalisasi Pelayanan Publik untuk *Scale-up* Bisnis Skala Rumah Tangga

Iman Teguh^{1*}, Rizki Indrawan², Oktaviani Rita Puspasari³,
Dewanto Tribuana⁴, Ati Sumiati⁵

^{1, 2, 3} Universitas Kuningan, Kuningan, Indonesia

^{4, 5} Mahasiswa Universitas Kuningan, Kuningan, Indonesia

*Corresponding author: iman.teguh@uniku.ac.id

Received 30-04-2025

Revised 03-05-2025

Published 04-06-2025

ABSTRAK

Saat ini, Kabupaten Kuningan masih memiliki tingkat pengangguran terbuka tertinggi pada kluster pemerintah kabupaten di Jawa Barat. Permasalahan ini bisa diminimalisir dengan literasi dalam hal digitalisasi pelayanan publik untuk *scale-up* bisnis rumah tangga. Kelurahan Winduhaji dipilih menjadi mitra dengan permasalahan utama yaitu mayoritas pelaku bisnis rumah tangga masih berorientasi lokal dalam segi pemasaran dan mayoritas pelaku bisnis rumah tangga masih belum memiliki pentingnya sertifikat yang meningkatkan mutu produk. Program ini menggunakan metode sosialisasi, pelatihan, implementasi teknologi dan Evaluasi keberhasilan. Program diikuti oleh 27 peserta dari mitra. Capaian keberhasilan pelatihan pemasaran produk melalui marketplace tiktok shop tercapai 100%, Capaian keberhasilan Nomor Izin Berusaha tercapai 100%, sertifikasi produk halal tercapai 74%, legalitas merek tercapai 81.5%, sertifikasi BPOM tercapai 63%. Peningkatan Literasi Masyarakat terhadap digitalisasi pelayanan publik perlu untuk terus ditingkatkan untuk meningkatkan bisnis skala rumah tangga, sehingga tidak rentan terhadap kemiskinan dan menurunkan tingkat pengangguran terbuka.

Kata kunci: Literasi; Pelayanan Publik; Pemasaran; Legalitas

ABSTRACT

Currently, Kuningan Regency still has the highest open unemployment rate in the district government cluster in West Java. This problem can be minimized with literacy in terms of digitalization of public services to increase the scale of household businesses. Winduhaji Village was chosen as a partner with the main problem being that the majority of household business actors are still locally oriented in marketing and the majority of household business actors still do not have the importance of certificates that improve product quality. This program uses the methods of socialization, training, technology implementation and success evaluation. The program was attended by 27 participants from partners. The achievement of product marketing training success through the TikTok shop marketplace reached 100%, the achievement of the Business License Number success reached 100%, halal product certification reached 74%, brand legality reached 81.5%, BPOM certification reached 63%. Increasing Community Literacy towards the digitalization of public services needs to be continuously improved to increase the scale of household businesses, so that they are not vulnerable to poverty and reduce the level of open poverty.

Keywords: Literacy; Public Service; Marketing; Legality



PENDAHULUAN

Kabupaten Kuningan saat ini masih memiliki banyak permasalahan. Berdasarkan data terbaru dari Badan Pusat Statistik (BPS) terkait realisasi pendapatan asli daerah, Kabupaten Kuningan melaporkan realisasi pendapatan asli daerah terendah dari total tujuh belas pemerintah kabupaten di Provinsi Jawa Barat (Badan Pusat Statistik, 2024b). Permasalahan ini juga selaras dengan jumlah penerimaan daerah diantara pemerintah kabupaten lainnya di Provinsi Jawa Barat. Selain itu, persentase penduduk miskin menempati posisi kedua tertinggi setelah Kabupaten Indramayu (Badan Pusat Statistik, 2024b).

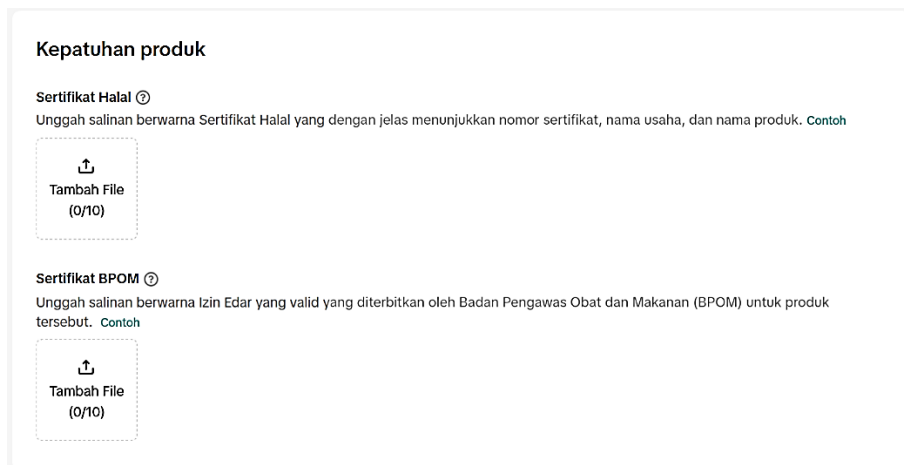
Permasalahan berikutnya di Kabupaten Kuningan ialah tingkat pengangguran terbuka masih sangat tinggi dan tertinggi untuk Pemerintah Kabupaten di Provinsi Jawa Barat pada tahun 2024 (Badan Pusat Statistik, 2024b). Data disajikan pada Gambar 1 sebagai berikut.



Gambar 1. Tingkat Pengangguran Terbuka (Badan Pusat Statistik, 2024b)

Pengentasan kemiskinan tidak terlepas dari penyelesaian masalah pada pertumbuhan ekonomi, upah minimum, dan tingkat pengangguran terbuka (Ang & Dong, 2022; Sinyor et al., 2024; Utami et al., 2018; Virgolino et al., 2022). Dalam mengatasi permasalahan-permasalahan ini, perlu adanya sinergi antara pemerintah dalam memberikan pelayanan publik dengan masyarakat yang aktif dan kooperatif. Masyarakat yang telah memasuki usia produktif untuk bekerja namun tengah menganggur, akan sulit jika hanya menunggu perluasan lapangan kerja (Morrish & Medina-Lara, 2021; Picchio & Ubaldi, 2024). Hal ini cenderung diperparah dengan upah minimum yang masih tergolong rendah (Dwirainaningsih, 2017). Masyarakat yang masih menganggur pada usia produktif untuk bekerja cenderung mampu meningkatkan kemampuan ekonomi keluarga jika mampu bergerak dan mengembangkan industri rumah tangga (Ananda, 2016). Akan tetapi, masalah produk juga masih menjadi isu strategis di Kabupaten Kuningan khususnya dalam hal kualitas, kuantitas dan kontinuitas produk (Bappeda Kuningan, 2024).

Industri rumah tangga akan sangat berdampak pada peningkatan kapasitas ekonomi rumah tangga dan masyarakat, terlebih jika produk yang dihasilkan berkualitas dan memenuhi aspek kontinyuitas (Febriani & Saleha, 2021; Li et al., 2021). Seiring dengan perkembangan zaman yang sangat dinamis dan berada pada era digital, saat ini produk yang dihasilkan oleh industri harus berkualitas dan memenuhi aspek kontinyuitas, tidak terkecuali produk industri rumah tangga yang sangat menopang kapasitas perekonomian rumah tangga (Humaini, 2018; Isa et al., 2019; Suminartini & Susilawati, 2020). Saat ini, produk industri rumah tangga yang dipasarkan pada era digital melalui marketplace, harus memiliki merek yang terdaftar atau otorisasi merek dagang, terdaftar memiliki Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) untuk produk pangan, Sertifikat Halal, bahkan Sertifikat Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) untuk peningkatan nilai atau mutu produk dan kontinyuitas produk (Purba et al., 2014; Putro et al., 2022). Hal ini juga dibuktikan saat tahapan pendaftaran produk di salah satu marketplace yang ditunjukkan pada Gambar 2 sebagai berikut.



Kepatuhan produk

Sertifikat Halal ⓘ
Unggah salinan berwarna Sertifikat Halal yang dengan jelas menunjukkan nomor sertifikat, nama usaha, dan nama produk. *Contoh*

📁
Tambah File
(0/10)

Sertifikat BPOM ⓘ
Unggah salinan berwarna Izin Edar yang valid yang diterbitkan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) untuk produk tersebut. *Contoh*

📁
Tambah File
(0/10)

Gambar 2. Syarat dokumen sertifikasi yang diminta oleh *tiktok shop*

Konsekuensi logis jika produk industri rumah tangga tidak memiliki sertifikat tersebut, akan berdampak pada tidak terpenuhinya bukti aspek kualitas dan tidak terpenuhinya aspek kontinyuitas produk. Hal ini menyebabkan penurunan permintaan dan kehilangan potensi penjualan saat memasarkan produk di *marketplace*. Oleh karena itu, perlu adanya literasi digital terhadap masyarakat pelaku industri rumah tangga dan pemahaman terhadap mekanisme pelayanan publik untuk meningkatkan kualitas, kuantitas, dan kontinyuitas produk industri rumah tangga.

Mitra yang kami ajukan untuk literasi digital ini ialah Kelurahan Winduhaji. Mitra ini dipilih karena cenderung merupakan salah satu kawasan padat penduduk, terdapat banyak pelaku industri rumah tangga namun mayoritas mengandalkan pada pemasaran secara tradisional dengan cakupan lokal, luas wilayah relatif jauh lebih kecil dibandingkan desa di Kabupaten Kuningan (Badan Pusat Statistik, 2024a). Selain itu, Kelurahan Winduhaji memiliki aksesibilitas yang baik terhadap fasilitas yang mendukung pemasaran produk secara digital, memiliki potensi untuk menjadi *role model* kelurahan yang aktif, adaptif, dan memiliki kapasitas perekonomian keluarga

yang berada diatas garis kemiskinan. Saat ini sangat diperlukan role model kelurahan dan atau desa yang bergerak sebagai role model masyarakat yang solutif dan adaptif terhadap ancaman ketahanan perekonomian keluarga, baik yang disebabkan oleh terbatasnya lapangan kerja, upah minimum, bahkan krisis ekonomi.

Tabel 1. Indikator Capaian

Permasalahan Mitra	Solusi yang Ditawarkan	Target Luaran	Indikator Capaian
Mayoritas pelaku industri rumah tangga masih berorientasi lokal dalam segi pemasaran.	Dalam mengatasi orientasi pemasaran produk industri rumah tangga yang berskala lokal perlu diadakan serangkaian sosialisasi dan pelatihan pemasaran produk melalui marketplace dan pemanfaatan sosial media dan <i>handphone</i> untuk pemasaran produk. Modul atau buku panduan untuk memudahkan peserta dalam pelatihan tersebut akan dipersiapkan sehingga pelatihan diharapkan mampu berlangsung secara efektif dan efisien.	sebanyak 60% peserta yang mengikuti sosialisasi dan pelatihan mampu berperan aktif dalam mengikuti sosialisasi dan sebanyak 60% peserta mampu mempraktikan pemanfaatan sosial media masing masing dan memiliki akun toko di <i>marketplace</i> untuk pemasaran produk.	persentase target dikalikan dengan jumlah peserta pelaku industri rumah tangga yang mengikuti sosialisasi dan pelatihan.
Mayoritas pelaku industri usaha masih belum memiliki pentingnya sertifikat yang meningkatkan mutu produk termasuk tata cara mendapatkan sertifikat tersebut	Dalam upaya untuk meningkatkan kesadaran terkait pentingnya peningkatan mutu produk melalui sertifikasi mutu produk diperlukan adanya sosialisasi dan pelatihan pengajuan sertifikasi masing-masing produk industri rumah tangga.	sebanyak 60% peserta yang mengikuti sosialisasi dan pelatihan mampu berperan aktif dalam mengikuti sosialisasi dan sebanyak 60% peserta mampu mempraktikan pemanfaatan sosial media masing masing dan memiliki akun toko di <i>marketplace</i> untuk pemasaran produk.	persentase target dikalikan dengan jumlah peserta pelaku industri rumah tangga yang mengikuti sosialisasi dan pelatihan.

*Sumber: Peneliti, 2024.

METODE PELAKSANAAN

Berikut merupakan uraian tahapan-tahapan dalam merealisasikan solusi yang ditawarkan.

Persiapan dan koordinasi

Tahap persiapan dan koordinasi merupakan tahapan pertama untuk mengatur agenda kegiatan yang dikoordinasikan dengan mitra dan pemerintah setempat yang menaungi mitra. Tahapan ini bermanfaat untuk legalitas dalam pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan yang akan dilakukan kepada mitra. Selain itu, persiapan modul atau buku panduan yang akan digunakan dalam pelaksanaan pelatihan demi efisiensi dan efektivitas pelatihan yang akan dilakukan.

Sosialisasi

Pada tahap ini merupakan realisasi pertama setelah menyepakati jadwal kegiatan dan agenda kegiatan bersama mitra dan telah mendapatkan legalitas atau izin dari pemerintah setempat yang menaungi mitra. Dalam kegiatan sosialisasi ini dibagi kedalam dua tahap, yaitu sosialisasi tahap satu dan sosialisasi tahap dua. Sosialisasi tahap satu merupakan sosialisasi penjualan produk industri rumah tangga menggunakan media sosial dan *marketplace*, sosialisasi yang kedua (pada waktu yang berbeda) ialah sosialisasi terkait peningkatan mutu produk melalui sertifikasi produk industri rumah tangga sesuai dengan kebutuhan mitra.

Pelatihan

Tahap pelatihan terbagi menjadi dua bagian yaitu pelatihan penjualan produk melalui media sosial dan *marketplace*. Tahap pelatihan ini setelah melakukan sosialisasi pertama. Selanjutnya, setelah melakukan sosialisasi kedua, masuk ke sesi pelatihan kedua yaitu tata cara memperoleh sertifikasi mutu produk.

Penerapan Teknologi

Penerapan kemajuan teknologi dalam penjualan produk sesuai dengan permasalahan yang dihadapi mitra, pemanfaatan *handphone* dan media sosial untuk meningkatkan produktifitas sesuai dengan perkembangan zaman yang berada pada era digital. Mitra diberikan pelatihan untuk menggunakan sosial media dalam memanfaatkan potensi pasar secara digital, mendapatkan pelatihan penggunaan aplikasi marketplace yang potensial sesuai dengan karakteristik produk yang ada pada mitra, selanjutnya, pemanfaatan teknologi informasi dalam pendaftaran produk pangan industri rumah tangga, sertifikat halal, dan sertifikat mutu produk lainnya sesuai dengan kebutuhan mitra.

Pendampingan dan Evaluasi

Menyediakan sesi konsultasi untuk mitra menggunakan sosial media seperti *whatsApp*, *Google Meet* untuk komunitas mitra dan evaluasi yang mudah terukur menggunakan teknologi dengan cara memantau kemajuan produktifitas dalam tahap awal penjualan produk di marketplace melalui akun-akun sosial media dan akun penjualan di *marketplace* yang dimiliki oleh setiap anggota mitra.

Keberlanjutan Program

Melalui inisiasi program ini, diharapkan akan terbentuk komunitas pelaku industri rumah tangga yang adaptif dan produktif serta mampu menjadi role model untuk masyarakat di kelurahan atau desa lain di Kabupaten Kuningan yang sama sama berkontribusi terhadap pengentasan kemiskinan di Kabupaten Kuningan.

Serangkaian kegiatan tersebut dapat terealisasi dengan baik dengan kunci utama yang terletak pada partisipasi mitra. Oleh karena itu, kami juga menentukan

peran mitra demi kelancaran dalam program pengabdian kepada masyarakat ini yaitu sebagai berikut

- a. Mitra yang merupakan pelaku industri rumah tangga berperan untuk melakukan analisis SWOT terhadap produk dan pasar,
- b. Setelah melakukan analisis, mitra diajak berdiskusi dalam sosialisasi terkait dengan pemasaran digital dan peningkatan mutu produk,
- c. Setelah mitra mendapatkan pemahaman yang cukup dalam dua hal tersebut, mitra mengikuti pelatihan secara langsung dengan memanfaatkan modul yang disediakan,
- d. Mitra diberikan keleluasaan untuk konsultasi mengenai kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan program.

Peran dan tugas masing-masing anggota tim pengabdian kepada masyarakat.

Ketua Tim

- a. Bertanggung jawab atas koordinasi dan manajemen keseluruhan program pengabdian.
- b. Memimpin rapat tim, mengatur jadwal kegiatan, dan memastikan pemenuhan target serta tenggat waktu.
- c. Berkomunikasi secara efektif dengan mitra, pihak terkait, dan komunitas untuk memastikan pemahaman yang jelas tentang tujuan dan proses program.
- d. Mengambil keputusan strategis dan menangani konflik internal jika terjadi.
- e. Melakukan monitoring dan evaluasi berkala terhadap kemajuan program serta memastikan kepatuhan terhadap peraturan dan prosedur yang berlaku.

Anggota Tim 1

- a. Bertanggung jawab atas perencanaan dan pelaksanaan kegiatan lapangan terkait program.
- b. Memimpin sesi pelatihan, lokakarya, atau program penyuluhan kepada masyarakat, dengan memastikan materi disampaikan dengan jelas dan interaktif.
- c. Melakukan koordinasi logistik dan administrasi untuk kegiatan lapangan, termasuk persiapan materi, tempat, dan peralatan yang diperlukan.
- d. Berperan sebagai fasilitator dalam memfasilitasi diskusi dan interaksi antara mitra dan peserta kegiatan.
- e. Melakukan pemantauan terhadap partisipasi dan respons masyarakat terhadap program, serta
- f. menyampaikan umpan balik kepada tim.

Anggota Tim 2

- a. Bertanggung jawab atas aspek pengembangan materi dan evaluasi program.

- b. Mengumpulkan data dan informasi terkait kebutuhan dan kondisi masyarakat sebagai dasar perencanaan program.
- c. Mendukung dalam menyusun materi pendidikan, panduan, dan alat evaluasi untuk kegiatan program.
- d. Melakukan analisis dan interpretasi hasil evaluasi untuk mengevaluasi dampak dan efektivitas program.
- e. Membantu dalam penyusunan laporan program dan dokumentasi hasil kegiatan.

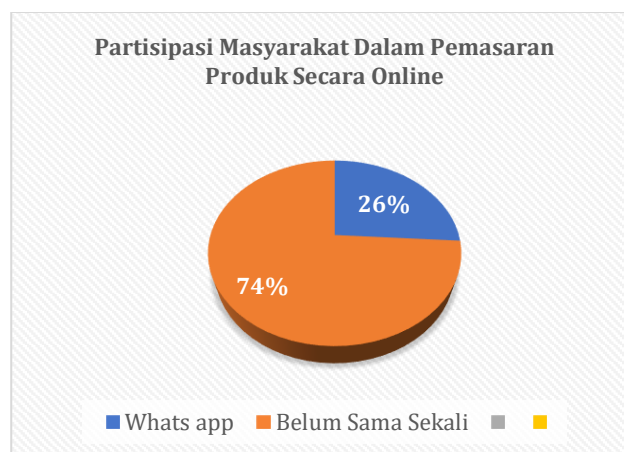
Anggota Tim 3 dan 4

- a. Mengondisikan peserta di setiap rangkaian program
- b. Mengondisikan peralatan dan perlengkapan selama berjalannya program
- c. Menyiapkan dokumen yang dibutuhkan.

HASIL KEGIATAN

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu bagian dari tri dharma perguruan tinggi yang seyogyanya selalu diimplementasikan untuk memberikan dampak sosial dan/atau dampak ekonomi kepada masyarakat. Program ini disesuaikan dengan *roadmap* pengabdian program studi Akuntansi Universitas Kuningan dan sesuai dengan permasalahan yang ada di mitra. Program ini diikuti oleh 27 peserta dari mitra. Tahap pelaksanaan program ini (sosialisasi dan pelatihan) dilaksanakan pada tanggal 30-31 Agustus 2024.

Permasalahan mitra yang telah diuraikan dalam **tabel 1** terdiri dari dua pokok masalah. Program ini diawali dengan sosialisasi jual beli *online* untuk memberikan literasi jual beli produk secara *online* sebagai dasar penting untuk mengatasi masalah pertama. Mitra mendapatkan materi mengenai data permasalahan terkait dengan pertumbuhan ekonomi, tingginya Tingkat pengangguran terbuka, hingga pentingnya literasi jual beli produk secara *online* di era digital. Dalam kegiatan sosialisasi ini sekaligus mengidentifikasi partisipasi masyarakat dalam jual beli produk secara *online* (konfirmasi ulang). Hasil identifikasi tersebut disampaikan dalam **gambar 3** sebagai berikut.



Gambar 3. Partisipasi Masyarakat Dalam Pemasaran Produk Secara Online

Berdasarkan konfirmasi ulang dari peserta yang rill mengikuti program, terdapat 7 peserta yang sudah mulai melakukan pemasaran produk secara *online* menggunakan *WhatsApp business*, sementara 20 peserta lainnya belum pernah sama sekali. Pengakuan 7 peserta tersebut masih memiliki kekurangan dalam cakupan wilayah pemasaran, sehingga belum mendongkrak pendapatan secara signifikan. Selain itu, seluruh peserta belum pernah sama sekali merambah pemasaran kedalam *marketplace* besar yang ada di Indonesia termasuk *tiktok shop*. Berikut dokumentasi kegiatan sosialisasi dalam **Gambar 4A dan 4B**.



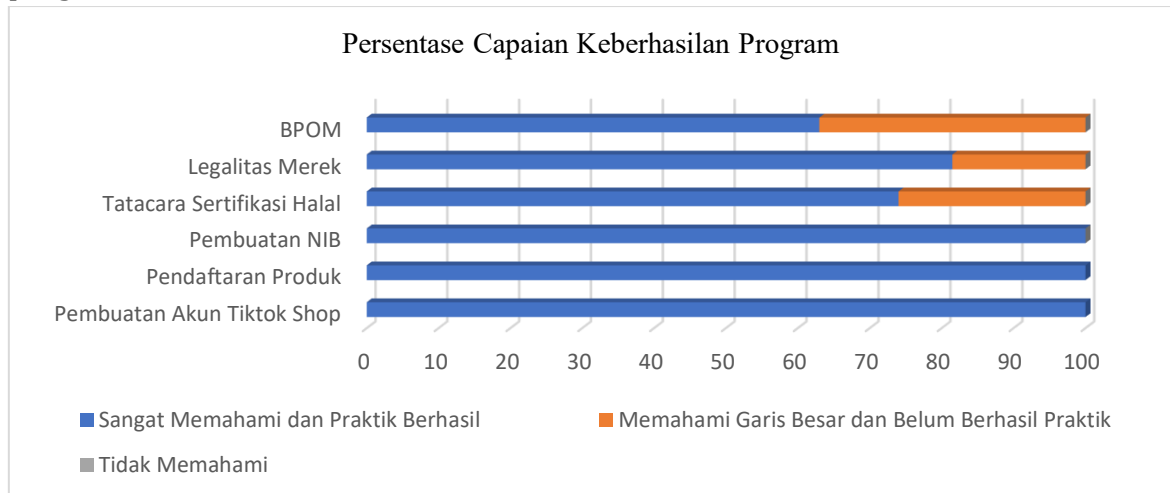
Gambar 4A. Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi



Gambar 4B. Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi

Setelah sosialisasi dilakukan, selanjutnya ialah dilakukan pelatihan pemasaran produk melalui *marketplace tiktok shop* sebagaimana yang dipilih oleh mitra dan dinilai mitra memberikan daya tarik lebih. Pelatihan ini diawali oleh pembuatan akun *tiktok shop*, dilanjutkan dengan pendaftaran produk dengan foto produk seadanya terlebih dahulu dengan instruksi untuk menggantinya dengan foto produk yang lebih menarik saat selesai pelatihan. Saat pendaftaran produk di akun masing-masing, diketahui kebutuhan dokumen yang diperlukan untuk melengkapi produk seperti

sertifikat halal, dokumen legalitas merek, nomor izin berusaha, hingga BPOM bagi yang memerlukan. Oleh karena itu, peserta dibimbing memasuki pelatihan tahap selanjutnya mengenai tata cara mendapatkan pelayanan publik untuk memperoleh dokumen-dokumen tersebut. Berikut kami sampaikan hasil capaian keberhasilan program tersebut.



Gambar 5. Persentase Capaian Keberhasilan Program

Berdasarkan informasi yang disajikan secara ringkas dalam **Gambar 5**, 100% peserta berhasil pembuatan akun tiktokshop. Hal ini mengindikasikan keseriusan peserta dan ketertarikan peserta untuk memasarkan produknya melalui *marketplace tiktok shop*. Hasil ini telah melampaui target capaian yang ditetapkan sebelumnya yaitu sebesar 60%. Capaian rill ini juga ditunjukkan oleh keseriusan peserta dalam pendaftaran produk dan pembuatan nomor izin berusaha yang bisa diikuti dan dipahami dengan baik oleh 100% peserta. Akan tetapi, dalam memahami alur sertifikasi produk halal, peserta yang memahami hanya mencapai 74% dari total 27 peserta program. Selain itu, dalam memahami alur pendaftaran legalitas merek juga hanya mampu dipahami oleh 22 peserta, dan 17 peserta untuk alur pendaftaran BPOM. Berdasarkan tindak lanjut program, hal ini diakui peserta disebabkan oleh keberagaman jenis produk yang dimiliki oleh mitra. Tidak semua produk mitra membutuhkan sertifikasi halal, tidak semua produk membutuhkan sertifikasi BPOM bahkan hanya minoritas. Selain itu, dalam hal pengajuan legalitas merek, diakui oleh peserta cukup rumit tahapannya sehingga peserta lebih memilih menggunakan jasa pengajuan legalitas merek seperti yang saat ini cukup banyak dijumpai di lapangan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini telah berjalan dengan baik dengan capaian keberhasilan melampaui target yang telah ditetapkan. Rincian capaian hasil sebagai berikut. Program diikuti oleh 27 peserta dari mitra dengan partisipasi yang sangat baik tanpa berkurangnya jumlah peserta di setiap rangkaian kegiatan. Capaian keberhasilan pelatihan pemasaran produk melalui *marketplace tiktok shop* tercapai 100%. Dengan demikian hasil ini 40% diatas target yang telah ditetapkan. Capaian keberhasilan Nomor Izin Berusaha tercapai 100% Capaian keberhasilan sertifikasi

produk halal tercapai 74% Capaian keberhasilan legalitas merek tercapai 81.5% Capaian keberhasilan sertifikasi BPOM tercapai 63%.

Saran untuk kegiatan yang relvan di masa yang akan datang ialah bahwa program peningkatan literasi masyarakat terhadap digitalisasi pelayanan publik perlu untuk terus ditingkatkan demi berkembangnya bisnis skala rumah tangga, sehingga tidak rentan terhadap kemiskinan dan menurunkan tingkat pengangguran terbuka. Selain itu diperlukan juga program kerja sama dengan pemerintah setempat dalam hal pelayanan publik di era digital untuk menaungi dan meningkatkan bisnis skala rumah tangga, dengan harapan masyarakat yang sudah termotivasi untuk terus mengembangkan bisnisnya, mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah dalam hal pengurusan legalitas dan persyaratan administrasi lainnya. Hasil setiap program juga harus selalu ditindaklanjuti minimal melalui suatu grup diskusi dalam aplikasi WhatsApp dengan tujuan untuk memperkuat hasil sebagai salah satu upaya keberlanjutan program.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami tujukan kepada Universitas Kuningan yang telah mendanai program pengabdian ini. Selanjutnya ucapan terimakasih juga kami tujukan kepada pemerintah kelurahan Winduhaji yang telah bekerja sama dengan baik dan sangat membantu mensukseskan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, R. (2016). *PERAN HOME INDUSTRI DALAM MENINGKATKAN EKONOMI KELUARGA (STUDI KASUS HOME INDUSTRY KERIPIK DI KELURAHAN KUBU GADANG)* (Vol. 3, Issue 2).
- Ang, J. P., & Dong, F. (2022). The Effects and Counter-Effects of Unemployment and Stringency Responses to COVID-19: An International Analysis Using Simultaneous Equations Models. *Applied Economics*, 54(11), 1278–1300. <https://doi.org/10.1080/00036846.2021.1975634>
- Badan Pusat Statistik. (2024a). *KUNINGAN DALAM ANGKA KUNINGAN REGENCY IN FIGURES*.
- Badan Pusat Statistik. (2024b). *Provinsi Jawa Barat Dalam Angka 2024*.
- Dwirainaningsih, Y. (2017). PENGARUH UPAH MINIMUM TERHADAP PENYERAPAN TENAGA KERJA DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI KOTA PEKALONGAN. *Litbang Pekalongan*.
- Febriani, L., & Saleha, S. (2021). Peran Industri Rumah Tangga Dalam Pemberdayaan Ekonomi Keluarga dan Masyarakat (Studi Pada Industri Rumah Tangga Getas dan Kemplang di Desa Kuarau, Bangka Tengah). *Community: Pengawas Dinamika Sosial*, 7(2), 121. <https://doi.org/10.35308/jcpds.v7i2.3798>
- Humaini, A. (2018). Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Keterampilan Pembuatan Hand Made Berbasis Rumah Tangga. *BERDIKARI: Jurnal Inovasi Dan Penerapan Ipteks*, 6(1). <https://doi.org/10.18196/bdr.6135>

- Isa, I. G. T., Rizal Setiawan, I., & Jhoansyah, D. (2019). POTENSI INDUSTRI “KERIPIK ENYE” DALAM PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DESA WALURAN KABUPATEN SUKABUMI. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 3(1), 29. <https://doi.org/10.31764/jmm.v3i1.920>
- Li, W., Yigitcanlar, T., Erol, I., & Liu, A. (2021). Motivations, barriers and risks of smart home adoption: From systematic literature review to conceptual framework. *Energy Research & Social Science*, 80, 102211. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2021.102211>
- Morrish, N., & Medina-Lara, A. (2021). Does unemployment lead to greater levels of loneliness? A systematic review. *Social Science & Medicine*, 287, 114339. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2021.114339>
- Picchio, M., & Ubaldi, M. (2024). Unemployment and health: A meta-analysis. *Journal of Economic Surveys*, 38(4), 1437–1472. <https://doi.org/10.1111/joes.12588>
- Purba, D. F., Nuraida, L., & Koswara, S. (2014). EFEKTIVITAS PROGRAM PENINGKATAN MUTU DAN KEAMANAN PANGAN INDUSTRI RUMAH TANGGA PANGAN (IRTP) DI KABUPATEN CIANJUR. *Jurnal Standardisasi*, 16(2), 103. <https://doi.org/10.31153/js.v16i2.172>
- Putro, H. S., Fatmawati, S., Purnomo, A. S., Rizqi, H. D., Martak, F., Nawfa, R., Pamela, E., Putra, C. A., Tsani, I. M., Salsabila, A., Wasatya, S., Adinata, M. F., & Sari, F. L. (2022). Peningkatan Nilai Produk dan Pendampingan dalam Proses Sertifikasi Halal untuk UMKM di Kecamatan Gedangan, Sidoarjo. *Sewagati*, 6(3). <https://doi.org/10.12962/j26139960.v6i3.131>
- Rencana Pembangunan Daerah Kabupaten Kuningan Tahun 2024 - 2026 (2024).
- Sinyor, M., Silverman, M., Pirkis, J., & Hawton, K. (2024). The effect of economic downturn, financial hardship, unemployment, and relevant government responses on suicide. *The Lancet Public Health*, 9(10), e802–e806. [https://doi.org/10.1016/S2468-2667\(24\)00152-X](https://doi.org/10.1016/S2468-2667(24)00152-X)
- Suminartini, S., & Susilawati, S. (2020). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI BIDANG USAHA HOME INDUSTRY DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 3(3), 226. <https://doi.org/10.22460/comm-edu.v3i3.3340>
- Utami, W., Masjkuri, S. U., & Hapsari. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Upah Minimum, Tingkat Pengangguran Terbuka Dan Pendidikan Terhadap Jumlah Penduduk Miskin. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Airlangga*, 28(2). <https://doi.org/10.20473/jeba.V28I22018.5822>
- Virgolino, A., Costa, J., Santos, O., Pereira, M. E., Antunes, R., Ambrósio, S., Heitor, M. J., & Vaz Carneiro, A. (2022). Lost in transition: a systematic review of the association between unemployment and mental health. *Journal of Mental Health*, 31(3), 432–444. <https://doi.org/10.1080/09638237.2021.2022615>