



Pemberdayaan Warga Binaan Lapas Melalui Pelatihan *Fashion Craft Products, Creative Branding* dan *Enterpreneurship* Berbasis Digitalisasi AI di Kota Pariaman

Hazevi Atila Yazel Aze^{1*}, Haris Satria², Yuri Christiani³, Maya Asria⁴

¹Program Studi Pendidikan Vokasional, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

²Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

³Program Studi Pendidikan Seni Rupa, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

⁴Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

Article Information

Article history:

Received September 16, 2026

Approved September 21, 2026

Keywords:

Pemberdayaan Warga
Binaan; *Fashion Craft*;
Creative Branding;
Digitalisasi AI;
Kewirausahaan

ABSTRAK

Lembaga Pemasyarakatan (Lapas) Kelas IIB Kota Pariaman menghadapi keterbatasan program pembinaan kemandirian akibat efisiensi anggaran, sementara pelatihan keterampilan yang ada masih bersifat konvensional dan belum mengintegrasikan aspek kreativitas desain, branding, maupun pemasaran digital. Kondisi ini berisiko meningkatkan angka residivisme karena warga binaan tidak memiliki bekal ekonomi produktif setelah bebas. Program pengabdian ini bertujuan memberdayakan warga binaan melalui pelatihan pembuatan *fashion craft products* (tote bag dan pouch lukis, jilbab sulam), penguatan *creative branding*, serta literasi kewirausahaan berbasis digitalisasi AI. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan ADDIE (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation) yang meliputi tahap sosialisasi, workshop produksi, pelatihan branding dan pengemasan, penerapan teknologi AI untuk desain dan pemasaran digital, serta pendampingan dan evaluasi berkelanjutan. Kegiatan melibatkan tim dosen lintas disiplin (tata busana, DKV, seni rupa, dan manajemen pemasaran) bersama mahasiswa sebagai fasilitator pendamping. Luaran yang ditargetkan meliputi produk siap jual dengan identitas merek, akun toko digital aktif, serta rencana usaha mandiri bagi warga binaan pascabebas. Program ini diharapkan meningkatkan keterampilan vokasional, kepercayaan diri, dan kesiapan reintegrasi ekonomi warga binaan secara berkelanjutan.

© 2026 JGEN

*Corresponding author email: hazeviatila@unp.ac.id

PENDAHULUAN

Lembaga Pemasyarakatan (Lapas) memiliki peran penting tidak hanya sebagai tempat menjalani masa pidana, tetapi juga sebagai ruang pembinaan bagi warga binaan agar memiliki keterampilan dan kesiapan untuk kembali ke masyarakat. Pembinaan yang bersifat produktif menjadi salah satu strategi efektif dalam meningkatkan kemandirian serta mengurangi risiko residivisme, mengingat kondisi emosional dan kesiapan ekonomi pasca-bebas sangat memengaruhi keberhasilan reintegrasi sosial mantan warga binaan (Graffam & Shinkfield, 2006). Sebagian besar warga binaan di Lapas Kelas IIB Pariaman berasal dari latar belakang sosial ekonomi menengah ke bawah dengan tingkat keterampilan kerja yang beragam, sehingga dibutuhkan program pembinaan yang tidak hanya bersifat rehabilitatif tetapi juga membekali keterampilan praktis sebagai sumber penghidupan setelah bebas.

Lapas Kelas IIB Pariaman selama ini telah menjalankan pembinaan kepribadian (kegiatan keagamaan, pembinaan mental, olahraga) dan pembinaan kemandirian (kerajinan tangan, produksi sederhana). Namun, hasil observasi awal dan wawancara dengan staf Lapas menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan yang ada masih bersifat konvensional, belum mengintegrasikan kreativitas produk, desain visual, serta strategi pemasaran berbasis digital. Kondisi ini diperparah oleh kebijakan efisiensi anggaran tahun berjalan, yang menyebabkan Lapas belum dapat menyelenggarakan program pembinaan kemandirian rutin sebagaimana tahun-tahun sebelumnya. Situasi tersebut menegaskan pentingnya penyediaan ruang pembelajaran yang terstruktur dan adaptif bagi warga binaan, mengingat keterbatasan akses terhadap pendidikan serta berbagai kendala yang melekat pada lingkungan pemasyarakatan. Program pembelajaran yang terstruktur dapat mendukung pengembangan kompetensi, disiplin diri, dan proses rehabilitasi warga binaan (Akil & Subeitan, 2025).

Secara lebih spesifik, warga binaan umumnya belum memiliki keterampilan teknis dalam memproduksi *fashion craft products* seperti sulaman dekoratif maupun melukis produk berbasis kain (*pouch, totebag*) dengan standar mutu dan estetika yang layak jual. Proses produksi masih sederhana dan belum terstandarisasi, sementara aspek desain, pengemasan, dan identitas visual produk belum memiliki konsep branding yang jelas. Perkembangan teknologi digital juga membuka peluang pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dalam pemasaran produk warga binaan. Pengembangan sistem pemasaran digital pada produk kerajinan warga binaan bahkan telah mengintegrasikan *chatbot* AI untuk mendukung penyampaian produk, pemesanan, dan perluasan jangkauan pasar (Tessa et al., 2026). Dari sisi pemasaran, produk hasil pembinaan umumnya hanya digunakan untuk kebutuhan internal Lapas atau dipasarkan secara terbatas tanpa memanfaatkan teknologi digital dan kecerdasan buatan (AI) secara optimal. Padahal, literasi digital dan strategi pemasaran visual menjadi faktor krusial agar produk hasil karya warga binaan mampu bersaing di pasar *modern*. Sholikha et al., (2025) menunjukkan bahwa pelatihan literasi digital, pendampingan rebranding visual, dan optimalisasi pemasaran *marketplace* serta media sosial dapat meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan *platform digital*, mengelola identitas visual, dan memperluas jangkauan pasarpenguatan literasi digital, identitas visual, dan pemanfaatan *platform* pemasaran digital dapat

memperluas jangkauan pasar serta memperkuat profesionalisme. Warga binaan juga belum dibekali pemahaman kewirausahaan dasar seperti penentuan harga, segmentasi konsumen, dan pengelolaan usaha sederhana.

Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya intervensi pelatihan yang terarah untuk memperkuat keterampilan produktif dan kemandirian ekonomi warga binaan sebagai bekal menghadapi kehidupan setelah bebas. Sebagaimana menurut Chloupis & Kontompasi, (2025) bahwa pendidikan dan program vokasional dapat berkontribusi terhadap pengembangan keterampilan sosial, perubahan identitas positif, pengurangan perilaku kriminal, serta reintegrasi setelah menjalani masa pidana. Selanjutnya Mcneeley, (2023) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa pelatihan vokasional tidak hanya berfungsi sebagai sarana pengembangan kompetensi kerja, tetapi juga dapat mendukung kesiapan kerja dan proses reintegrasi sosial. Berdasarkan penelitian Geibler & Wagner, (2026) menunjukkan bahwa partisipasi dalam pelatihan vokasional selama masa pasyarakatan berkaitan dengan manfaat terhadap peluang kerja dan proses *desistance*, meskipun efektivitasnya sangat bergantung pada karakteristik program dan dukungan setelah pembebasan.

Berdasarkan analisis situasi tersebut, kegiatan pengabdian ini dirancang untuk memberikan solusi terpadu melalui pelatihan pembuatan *fashion craft products* (*tote bag* dan *pouch* lukis, jilbab sulam), penguatan *creative branding* dan pengemasan produk, serta literasi pemasaran digital berbasis kecerdasan buatan (AI). Pendekatan ini dipilih karena menyasar rantai persoalan dari hulu (produksi) hingga hilir (pemasaran) secara sekaligus, bukan hanya keterampilan teknis semata. Tujuan pelaksanaan kegiatan untuk menyiapkan warga binaan dengan keterampilan kerja praktis agar mampu memenuhi kebutuhan hidup secara mandiri dan memperoleh penghidupan layak setelah keluar dari Lapas. Mengubah masa pembinaan menjadi proses pembelajaran produktif, di mana warga binaan dapat menghasilkan karya yang bernilai ekonomi dan sosial, membekali warga binaan dengan pemahaman dasar pengembangan usaha kecil, mulai dari produksi, penentuan harga, hingga strategi pemasaran sederhana berbasis digital. Kegiatan ini sejalan dengan capaian SDGs 1, 4, 8, dan 9 melalui peningkatan kompetensi ekonomi digital; mendukung IKU 2, 3, dan 5 (kegiatan dosen/mahasiswa di luar kampus); selaras dengan Asta Cita 3, 4, dan 6 (pemberdayaan ekonomi rakyat dan hilirisasi digital); serta berfokus pada bidang RIRN Ekonomi Digital dan Sosial Humaniora.

Sejumlah kajian terdahulu mendukung rasionalisasi program ini. Pendidikan dan pelatihan vokasional di dalam lembaga pasyarakatan tidak hanya berperan dalam pengembangan keterampilan produktif, tetapi juga dapat mendukung kesiapan kerja dan reintegrasi sosial warga binaan setelah bebas. Penelitian oleh Stickle & Sprick, (2023) menunjukkan bahwa pendidikan selama masa pasyarakatan berkaitan dengan penurunan residivisme serta peningkatan pekerjaan dan upah setelah bebas, efek terbesar ditemukan pada pendidikan vokasional dan pendidikan perguruan tinggi. Bukti empiris menunjukkan bahwa program pendidikan dan pelatihan yang berorientasi pada pekerjaan berkaitan dengan peningkatan kesempatan kerja serta penurunan risiko keterlibatan kembali dalam tindak kriminal setelah pembebasan (Mancino, 2025).

Penelitian pengabdian masyarakat oleh Hasan et al., (2024) menemukan bahwa pelatihan keterampilan kerajinan tangan yang mencakup teknik pembuatan, desain produk, manajemen usaha, dan pemasaran dapat meningkatkan keterampilan serta membuka peluang ekonomi bagi masyarakat. Dari sisi pemasaran, strategi digital marketing untuk produk hasil lapas terbukti memperkuat kewirausahaan sosial di lembaga pemasyarakatan, hal ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pemasaran digital karena warga binaan yang telah mengikuti program kerja produktif masih menghadapi keterbatasan dalam produk secara digital (Adib et al., 2024). Selain manfaat ekonomi, aktivitas produktif berbasis keterampilan tangan juga memiliki dampak positif terhadap fungsi kognitif dan kesehatan mental warga binaan selama masa pembinaan. Literasi digital dan kewirausahaan bagi masyarakat marjinal secara umum juga terbukti efektif mendorong kemandirian ekonomi berkelanjutan. Dalam penelitiannya Wibowo & Mariyanti, (2025) menunjukkan bahwa program kewirausahaan mikro berbasis digital meningkatkan literasi digital, keterampilan pemasaran berbasis *platform*, kepercayaan diri dalam menjalankan usaha, konektivitas pasar, diversifikasi pendapatan, dan ketahanan ekonomi masyarakat. Temuan-temuan ini memperkuat landasan bahwa integrasi keterampilan produksi, branding kreatif, dan digitalisasi AI merupakan pendekatan yang relevan dan berbasis bukti untuk diterapkan pada konteks pemberdayaan warga binaan Lapas Kota Pariaman.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian menggunakan pendekatan ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*) yang dipadukan dengan metode pelatihan, demonstrasi, praktik langsung, pendampingan, dan evaluasi. Pendekatan ini digunakan untuk meningkatkan keterampilan warga binaan dalam produksi *fashion craft*, *creative branding*, pemasaran digital, dan *entrepreneurship* berbasis AI.

1. Rancangan Kegiatan

Kegiatan dirancang dalam lima tahapan yang saling berkesinambungan, yaitu analisis kebutuhan mitra, perancangan program, pengembangan perangkat pelatihan, implementasi *workshop*, serta evaluasi hasil kegiatan. Rancangan ini disusun agar setiap tahap dapat diukur capaiannya, sehingga proses pembinaan dapat dievaluasi secara objektif dan berkelanjutan.

2. Cara Pemilihan Responden/Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran kegiatan ini adalah warga binaan Lapas Kelas IIB Kota Pariaman yang dipilih melalui koordinasi dengan pihak Lapas berdasarkan kriteria berikut: (a) memiliki minat dan kesediaan mengikuti pelatihan keterampilan produktif; (b) berada dalam masa pembinaan yang memungkinkan keikutsertaan penuh selama jadwal kegiatan; (c) direkomendasikan oleh petugas pembina Lapas berdasarkan catatan perilaku dan kesiapan mengikuti program. Proses seleksi dilakukan bersama staf Lapas guna memastikan kesesuaian peserta dengan tujuan program serta mematuhi protokol keamanan lembaga.

3. Bahan dan Alat yang Digunakan

Bahan dan alat yang digunakan dalam pelatihan meliputi: kain kanvas Marsoto dan kain Voal sebagai bahan dasar produk, cat tekstil akrilik anti-luntur, benang sulam katun *mouline*, alat jahit dan sulam manual, label kain satin, *hangtag* kertas *art carton* 260gr, serta perangkat pendukung digital berupa kamera untuk fotografi produk dan aplikasi/*platform* berbasis AI untuk desain logo, kemasan, dan konten promosi.

4. Disain Alat, Kinerja, dan Produktivitasnya

Sistem produksi yang diterapkan *Fashion Craft Integrated System* dirancang dengan alur *input* (pengadaan bahan baku premium), proses (sulam tangan, tas lukis, *quality control*), dan *output* (produk *ready-to-wear* dengan identitas visual dan *branding* digital).

5. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap proses dan hasil pelatihan, wawancara singkat dengan staf dan peserta, dokumentasi visual (foto/video) selama kegiatan berlangsung, serta pengisian tabel indikator ketercapaian oleh fasilitator untuk setiap warga binaan pada masing-masing sub-solusi pelatihan.

6. Teknik Analisis Data

Data kualitatif dari observasi dan wawancara dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan perubahan keterampilan, pemahaman branding, serta kesiapan kewirausahaan peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Evaluasi keseluruhan program dilakukan melalui observasi keterampilan, kualitas produk yang dihasilkan, pemahaman branding, dan kesiapan peserta dalam mengembangkan usaha secara mandiri, sebagai dasar penyusunan rekomendasi keberlanjutan program pembinaan di Lapas Kota Pariaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada tanggal 3 Agustus 2026 di Lapas Kelas IIB Kota Pariaman dan berlangsung lancar dengan sambutan antusias dari seluruh warga binaan yang terlibat. Pelaksanaan kegiatan diarahkan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis kepada warga binaan dalam bidang produksi *fashion craft*, *creative branding*, serta pemasaran digital berbasis AI. Hasil kegiatan disajikan berdasarkan capaian pada masing-masing aspek pelatihan sebagai berikut.

1. Peningkatan Keterampilan Produksi *Fashion Craft*

Kegiatan pelatihan produksi *fashion craft* dilaksanakan melalui pemaparan materi dan praktik langsung pembuatan produk, yang meliputi pembuatan motif sulaman pada jilbab. Kegiatan diawali dengan pemaparan materi dari narasumber mengenai pengenalan bahan dan alat, teknik pembuatan, komposisi desain, serta standar kualitas produk. Selanjutnya, peserta melakukan praktik langsung dengan pendampingan narasumber dan tim pelaksana.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan *Fashion Craft*

Pelatihan ini menghasilkan produk dengan nilai estetika dan nilai jual yang lebih baik dibandingkan kondisi awal. Peserta mampu mempraktikkan teknik sulam dasar hingga finishing produk dengan bimbingan langsung dari narasumber.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan demonstrasi dan praktik langsung memungkinkan peserta memahami proses produksi secara konkret, memberikan kesempatan untuk melakukan latihan berulang, memperoleh umpan balik, serta memperbaiki kesalahan selama proses pembuatan produk. Temuan ini sejalan dengan hasil kajian Cahaya & Prasetyo, (2025) yang menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan kerajinan berbasis praktik langsung menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menghasilkan produk kreatif, estetis, dan bernilai ekonomi. Dengan demikian, keterampilan produksi yang dibangun tidak hanya diarahkan pada kemampuan membuat produk, tetapi juga pada kemampuan menghasilkan produk dengan standar kualitas yang layak dipasarkan. Implikasinya, warga binaan memperoleh bekal keterampilan teknis yang dapat menjadi modal ekonomi produktif setelah masa pembinaan berakhir.

2. Peningkatan Kemampuan *Creative Branding* dan *Packaging*

Selain keterampilan produksi, kegiatan ini memberikan pelatihan mengenai *creative branding* sebagai bagian dari upaya meningkatkan nilai jual produk. Peserta diperkenalkan pada konsep identitas merek, logo, pemilihan nama produk, desain kemasan, serta penyajian produk secara menarik.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan *Creative Branding*

Capaian yang ditargetkan dalam kegiatan ini adalah terbentuknya minimal satu *online shop* serta pengetahuan *entrepreneur* untuk branding barang dan menjualnya. Berdasarkan hasil pelaksanaan, peserta berhasil merumuskan nama merek beserta konsep visual pendukungnya.

Pemberian materi *branding* memiliki peran penting karena keterampilan menghasilkan produk perlu diikuti dengan kemampuan membangun identitas produk. Produk kerajinan yang memiliki desain menarik tetapi tidak didukung oleh identitas merek dan kemasan yang baik akan memiliki keterbatasan dalam membangun daya tarik konsumen. Temuan ini memperkuat argumen Siska et al., (2023) bahwa penguatan visual *branding* menunjukkan bahwa kemampuan menghasilkan visual produk merupakan bagian penting dalam pemasaran *online*. Literasi digital dan strategi visual branding menjadi faktor krusial agar produk hasil karya warga binaan mampu bersaing di pasar *modern*. Selanjutnya penelitian oleh Wang et al., (2024) menunjukkan bahwa pengalaman konsumen terhadap elemen visual dapat membentuk *brand image*, yang berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, penerapan creative branding pada produk hasil karya warga binaan dapat dipahami sebagai strategi untuk memperkuat persepsi profesional, identitas, dan kredibilitas produk hasil karya warga binaan Lapas Kota Pariaman.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada 3 Agustus 2026 di Lapas Kelas IIB Kota Pariaman berjalan lancar dan mendapat sambutan antusias dari warga binaan. Melalui pendekatan ADDIE yang dipadukan dengan metode pelatihan, demonstrasi, dan praktik langsung, kegiatan ini berhasil meningkatkan dua aspek utama, yaitu keterampilan produksi *fashion craft* (pembuatan motif sulaman pada jilbab dan melukis totebag) dan kemampuan *creative branding* serta *packaging* (perumusan identitas merek dan enterprenur). Warga binaan mampu mempraktikkan teknik produksi dari tahap dasar hingga *finishing* dengan pendampingan narasumber, beserta konsep kemasan pendukungnya. Hasil ini menunjukkan bahwa integrasi antara keterampilan teknis dan penguatan identitas produk mampu meningkatkan nilai estetika sekaligus nilai jual produk hasil karya warga binaan, sehingga berkontribusi pada kesiapan mereka membangun usaha mandiri setelah masa pembinaan berakhir.

Saran

1. Pelatihan lanjutan mengenai pemasaran digital berbasis AI dan pemanfaatan *platform e-commerce* perlu segera dilaksanakan agar produk yang telah dihasilkan dapat dipasarkan secara lebih luas.
2. Pihak Lapas disarankan membentuk rumah produksi mandiri sebagai wadah keberlanjutan kegiatan produksi *fashion craft* di luar masa program pengabdian.
3. Perlu dilakukan pendampingan berkelanjutan pascapelatihan untuk memastikan warga binaan konsisten menerapkan standar kualitas produksi dan konsep branding yang telah diajarkan.
4. Kemitraan dengan UMKM lokal dan lembaga terkait perlu diperkuat untuk membuka akses pasar yang lebih luas bagi produk hasil karya warga binaan.
5. Evaluasi berkala terhadap indikator ketercapaian (skala 1–5 pada aspek produksi, branding, dan pemasaran) disarankan dilakukan secara berkala untuk mengukur

efektivitas program secara terukur dan menjadi dasar perbaikan program pengabdian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adib, N., Subandi, H., & Lumpur, K. (2024). Workshop Digital Marketing untuk Warga Binaan Permasyarakatan (WBP) di Lapas Kelas I Malang. *Jubaedah: Jurnal Pengabdian Dan Edukasi Sekolah*, 1008–1015.
- Akil, M., & Subeitan, S. M. (2025). Transforming Qur'anic Literacy among Inmates through a Semi-Pesantren Model in Lembaga Pemasyarakatan. *Potret Pemikiran*, 29, 179–195.
- Cahaya, D. D., & Prasetyo, M. I. (2025). Membangun Ekonomi Hijau Berbasis Ecoprint : Studi. *Solidarotas: Jurnal Pengabdian*, 5(1), 49–60. <https://doi.org/10.24090/sjp.v5i1.12384> Membangun
- Chloupis, G., & Kontompasi, D. (2025). Examining the relation between education , recidivism & crime prevention. *Discover Global Society*. <https://doi.org/10.1007/s44282-025-00153-0>
- Geibler, R. H., & Wagner, K. (2026). *Participation and dose-response effects of institutional vocational training on recidivism and employment*. 103(February).
- Graffam, J., & Shinkfield, A. (2006). *The relationship between emotional state and other variables influencing successful reintegration of ex-prisoners Report to the Criminology Research Council*. December.
- Hasan, S., Endah, L., Wahyuni, N., Widodo, J., Fatoni, I., Al, I. A. I., & Cepu, M. (2024). *Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Pelatihan Keterampilan Kerajinan Tangan Untuk Meningkatkan Ekonomi Lokal dalam jurnal " Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Terbuka "*. 01, 1–9.
- Mancino, M. A. (2025). Rehabilitating futures : Assessing the effects of correctional employment-focused programs on recidivism and employment. *European Economic Review*, 173(January), 104954. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2025.104954>
- Mcneeley, S. (2023). *The Effects of Vocational Education on Recidivism and Employment Among Individuals Released Before and During the COVID-19 Pandemic*. <https://doi.org/10.1177/0306624X231159886>
- Sholikha, N., Nurdiansyah, R., Alhafidh, M. N., Hamas, R. W., Alfarisyi, S., Saila, C., & Toyyibah, R. (2025). Empowering MSMEs through Visual and Digital Transformation : Strengthening Branding and Technology-Based Market Access. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(2), 1554–1565.
- Siska, E., Eva, N., Lestari, P., Rachmah, S. M., & Elvira, L. (2023). *Pelatihan Pembuatan Foto Produk Untuk Penguatan Visual Branding Dalam Pemasaran Online Produk KSU Kowage*. 4(2), 153–159. <https://doi.org/10.47065/jpm.v4i2.1255>
- Stickler, B., & Sprick, S. (2023). Are Schools in Prison Worth It ? The Effects and Economic Returns of Prison Education. In *American Journal of Criminal Justice* (Vol. 48, Issue 6). Springer US. <https://doi.org/10.1007/s12103-023-09747-3>

- Tessa, Khomarudin, A. N., & Amrizal. (2026). PERANCANGAN SISTEM PEMASARAN ONLINE PRODUK. *Journal of Science and Social Research*, 4307(August).
- Wang, F., Wang, Y., Han, Y., & Hyung, J. (2024). Heliyon Optimizing brand loyalty through user-centric product package design : A study of user experience in dairy industry. *Heliyon*, 10(3), e25484. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25484>
- Wibowo, M. A., & Mariyanti, T. (2025). *Inclusive Growth Stimulation in Underserved Communities through Digital Micro Entrepreneurship Programs Stimulasi Pertumbuhan Inklusif pada Komunitas Terpinggirkan*. 6(2), 156–166.