



Research Article

Lanting Cibeber: Menggali potensi singkong, pangan lokal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Cibeber, Lebak-Banten

Laelatul Fajriyah¹, Siti Sa'diah¹, Ken Hastu Mulamawarni¹, Ahmad Syahril Yudistira¹, Pina Merlina¹, Muhammad Ridwan¹, Beta Febriyanti¹, dan Rida Oktorida Khastini^{2*}

¹ Pendidikan Kimia, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Ciwaru Raya, Cipare, Kec. Serang, Kota Serang, Banten 42117, INDONESIA

² Pendidikan Biologi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Ciwaru Raya, Cipare, Kec. Serang, Kota Serang, Banten 42117, INDONESIA

Email: 2282230024@untirta.ac.id

* Corresponding author (✉ rida.khastini@untirta.ac.id)

ABSTRAK

Singkong merupakan makanan pokok pengganti nasi dengan sumber karbohidrat tinggi. Singkong dapat digunakan sebagai bahan baku utama pembuatan lanting. Penelitian ini mengkaji potensi dan persepsi masyarakat terhadap produk makanan tradisional lanting berbahan dasar singkong di Kecamatan Cibeber Kabupaten Lebak-Banten. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara kepada produsen dan distributor serta penyebaran kuesioner kepada 42 responden konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lanting populer di kalangan masyarakat, sebanyak 78,6% responden menyatakan menyukai produk ini dan 9,5% sangat menyukai. Kemudahan akses terhadap lanting juga dinilai tinggi oleh sebagian besar responden, meskipun ada pula yang mengalami kesulitan karena distribusi yang tidak merata. Potensi pasar Lanting yang sangat besar didukung oleh cita rasa khas dan manfaat singkong bagi kesehatan. Meskipun distribusi dan kapasitas produksi masih menjadi tantangan, inovasi dalam pemasaran dan pengemasan serta peningkatan kerja sama distribusi dapat meningkatkan keberhasilan produk di pasar yang kompetitif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa lanting memiliki nilai ekonomi bagi produsen lokal dan berkontribusi terhadap diversifikasi pangan dan ketahanan pangan nasional.

Kata Kunci: lanting, masyarakat, persepsi, pangan lokal, singkong

PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara agraris, memiliki luas lahan pertanian yang sangat luas, membuat bertani menjadi mata pencaharian utama hampir di seluruh daerah. Krisnawati et al., (2019) melaporkan bahwa wilayah Indonesia sebanyak 83% adalah perdesaan, yang memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah. Namun, sayangnya, potensi tersebut seringkali belum dimanfaatkan secara optimal. Beragam hasil pertanian, mulai dari padi, jagung, kopi, bawang, hingga singkong, dapat ditemukan di berbagai daerah. Padi yang diolah menjadi nasi menjadi salah satu makanan pokok masyarakat Indonesia, namun demikian, singkong juga memiliki peran penting sebagai sumber karbohidrat dan dianggap sebagai makanan pokok di beberapa daerah.

Edited by:

Yenni Asbur

UISU

Received:

12 Maret 2024

Accepted:

20 April 2024

Published online:

30 April 2024

Citation:

Fajriyah, L., Sa'diah, S., Mulamawarni, K. H., Yudistira, A. S., Merlina, P., Ridwan, M., Febriyanti, B., & Khastini, R. O. (2024).

Lanting Cibeber: Menggali potensi singkong, pangan lokal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Cibeber, Lebak-Banten. *AGRILAND Jurnal Ilmu Pertanian*, 12(1), 8-16

Singkong (*Manihot esculenta* Crantz) merupakan sumber karbohidrat terbesar ketiga di antara tumbuhan setelah padi dan jagung. Singkong memiliki nilai gizi yang cukup baik dan merupakan bahan penting untuk menjaga kesehatan tubuh (Pitaloka *et al.*, 2021). Kandungan singkong terdiri dari sekitar 60% air, 25-35% pati, 2,45% protein, 0,83% lemak, serta mineral, serat, kalsium, dan fosfat. Selain itu singkong juga mengandung beberapa bahan aktif seperti balanophonin, scopoletin, dan tanin yang telah diteliti menunjukkan aktivitas anti-oksidan, sifat anti-proliferatif dan anti-inflamasi (Yuan *et al.*, 2021). Jenis dan karakteristik lahan dapat mempengaruhi kandungan gizi dalam singkong (Laenggeng dan Dhafir, 2014). Singkong juga merupakan sumber energi yang lebih tinggi dibandingkan bahan pangan lain seperti beras, jagung, ubi jalar, dan sorgum. Selain dimakan mentah, singkong biasanya diolah dengan cara dikukus atau digoreng, dan seiring berjalannya waktu, berbagai varietas olahan singkong mulai bermunculan (Rois, 2023). Selain itu, singkong dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku industri dan pakan ternak. Pengembangan singkong sangat penting untuk menyediakan pangan yang mengandung karbohidrat selain beras, sebagai bahan baku industri pengolahan, serta sebagai sumber devisa melalui ekspor. Dengan demikian, singkong dapat mendukung ketahanan pangan yang memadai (Taufiq, 2022).

Usaha pengolahan singkong di pedesaan memiliki peluang untuk dapat terus berkembang karena dapat lebih menggali potensi kemandirian ekonomi warga negara. Namun usaha ini ditentukan dari kreativitas pengolahan sang petani dan pemilik lahan dengan memperhatikan kebutuhan pasar. Hal inilah yang dibutuhkan oleh masyarakat sebagai momentum perubahan pola pikir sekaligus cara pengolahan hasil kebun singkong dengan teknik dan media yang inovatif.

Kabupaten Lebak merupakan suatu kabupaten yang berada di Provinsi Banten dengan luas sebesar 3.426,56 Km² serta sebanyak 1.305.430 penduduk yang ada. Memiliki kecamatan sebanyak 28 kecamatan yang terdiri dari 340 desa dan 5 kelurahan. Sektor yang begitu maju dan berkembang pesat yaitu sektor pertanian dan sektor jasa-jasa. Hal ini disebabkan oleh kondisi geografis yang disertai dengan iklim yang baik dalam berkegiatan usaha tani. Kabupaten Lebak di Provinsi Banten merupakan salah satu daerah penghasil singkong terbesar di Indonesia. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Lebak, pada tahun 2023, luas panen singkong di Lebak mencapai 12.760 hektar dengan produksi sebesar 26.706 ton (BPS Kabupaten Lebak, 2024). Hal ini menjadikan singkong sebagai komoditas penting dalam menopang ekonomi masyarakat Lebak, khususnya para petani.

Singkong dapat diolah menjadi produk makanan sehingga dapat bernilai jual lebih tinggi. Salah satu produk olahan singkong yang populer di Kecamatan Cibeber, Kabupaten Lebak-Banten, adalah lanting. Lanting, camilan renyah yang terbuat dari singkong, tidak hanya menjadi favorit masyarakat setempat tetapi juga memiliki peluang besar untuk dipasarkan lebih luas.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengidentifikasi dan mendokumentasikan proses produksi lanting mulai dari tahap persiapan bahan baku hingga produk jadi. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis nilai ekonomi dari produksi lanting terhadap pendapatan rumah tangga di Kecamatan Cibeber serta mengevaluasi potensi peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat. Persepsi masyarakat terhadap produk lanting, termasuk tingkat penerimaan, kepuasan, dan harapan mereka juga akan diketahui dan akan menjadi dasar penting dalam merumuskan strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih efektif.

BAHAN DAN METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Sugiono (2016) mengemukakan bahwa metode penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alami, di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci.

Dalam penelitian ini, metode kualitatif yang digunakan melibatkan wawancara dengan produsen dan distributor serta pemberian kuesioner kepada konsumen. Menurut Saroso (2017), wawancara adalah salah satu alat yang paling umum digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif. Wawancara memungkinkan peneliti mengumpulkan data yang beragam dari responden dalam berbagai situasi dan konteks.

Dokumentasi juga dilakukan untuk mengolah data varietas singkong yang digunakan dalam pembuatan lanting. Teknik purposive sampling digunakan untuk menentukan lokasi penelitian di Kecamatan Cibeber-Lebak, yang merupakan sentra produksi lanting. Data yang diperoleh bersumber dari data primer yang dilengkapi dengan literatur.

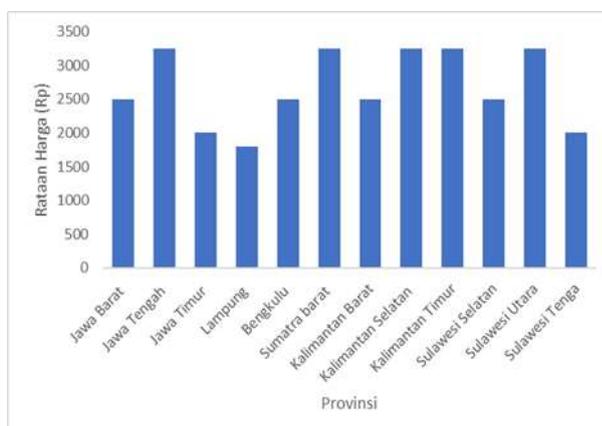
Wawancara dilakukan dengan salah satu produsen dan distributor Wawancara dilaksanakan di Kp. Situmekar, RT 001 RW 006, Ds. Cikotok, Kec. Cibeber, Kab. Lebak, Prov. Banten, yang juga merupakan lokasi produksi lanting. Kuesioner juga digunakan sebagai metode pengumpulan data dengan melibatkan 42 responden yang merupakan konsumen lanting (Tabel 1). Data dan informasi yang diperoleh dari wawancara dan kuesioner dianalisis untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai pemanfaatan singkong dalam produksi lanting di Kecamatan Cibeber.

Tabel 1. Profil demografi responden

Variabel	Kategori	Jumlah Responden
Umur	15-20	27
	21-30	8
	31-50	7
Jenis Kelamin	Laki-laki	6
	Perempuan	36
Pendidikan	SMP	0
	SMA	42
Pekerjaan	Pelajar	27
	Ibu rumah tangga	5
	Petani	0
	Lainnya	10

HASIL DAN PEMBAHASAN

Variasi harga singkong yang signifikan di Indonesia tercermin dari berbagai faktor, termasuk jenis singkong, kualitas, lokasi penjualan, dan musim panen. Gambar 1 menggambarkan variasi rata-rata harga singkong di beberapa wilayah Indonesia per Oktober 2023, menunjukkan kisaran harga dari Rp 2000-3500.



Gambar 1 Kisaran harga singkong di beberapa wilayah di Indonesia

Harga singkong yang cenderung rendah mendorong masyarakat untuk mencari cara untuk meningkatkan pendapatan mereka. Salah satu strategi yang umum dilakukan adalah dengan mengolah singkong menjadi produk makanan yang lebih bernilai tambah. Menurut (Johadi *et al.*, 2023) menyatakan bahwa cara yang tepat untuk meningkatkan suatu nilai tambah terkait hasil pertanian terutama bahan baku singkong adalah dengan melakukan pengolahan singkong menjadi produk olahan lain.

Pengolahan makanan tradisional telah menjanjikan potensi untuk dikembangkan, karena tingginya ketergantungan masyarakat terhadap pengolahan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (Singapurwa *et al.*, 2023). Sebagai contoh masyarakat di Cibeber terlibat dalam proses pengolahan singkong menjadi lanting, sebuah makanan yang memiliki nilai tambah dan dapat meningkatkan potensi pendapatan lokal. Dengan demikian, pengolahan singkong menjadi produk makanan lebih tinggi merupakan salah satu cara bagi masyarakat untuk meningkatkan pendapatan mereka dalam menghadapi variasi harga singkong yang fluktuatif.

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui dalam memproduksi lanting melewati serangkaian proses. Dalam pembuatan lanting ini tidak dilakukan sendiri oleh pemilik produksi tetapi dibantu oleh beberapa karyawan sehingga dalam pelaksanaannya dapat berjalan dengan lancar dan tidak membutuhkan waktu yang terlalu lama. Gambar 2 menunjukkan alur tahapan proses pembuatan lanting.

Berdasarkan hasil wawancara juga dapat diketahui bahwa produksi lanting berbahan baku singkong di Cibeber telah berlangsung selama 40 tahun, dimulai pada tahun 1984 dan terus berkembang hingga saat ini. Tradisi pembuatan lanting di desa ini terinspirasi dari budaya Jawa yang dibawa oleh para pendatang. Proses akulturasi budaya Jawa dengan masyarakat setempat terimplementasi sampai pada pangan dan konsumsinya. Menurut Cleveland *et al.* (2009) budaya diakui sebagai pengaruh paling besar terhadap perilaku konsumen.



Gambar 2. Alur proses pembuatan lanting

Berdasarkan alur tersebut dapat diketahui bahwa proses produksinya yang relatif sederhana memungkinkan produsen lokal untuk memproduksi lanting dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan makanan ringan modern lainnya. Ini memberikan peluang ekonomi bagi masyarakat pedesaan, terutama di daerah yang kaya akan singkong. Di sisi lain, pemanfaatan singkong sebagai bahan utama juga mendukung diversifikasi pangan, yang penting untuk ketahanan pangan nasional.

Pada proses pembuatan lanting berbahan baku singkong ini, pemilik produksi membeli singkong dari pihak lain, produsen tidak mempunyai lahan atau kebun singkong sendiri. Biasanya, pembelian singkong ini juga terkadang berasal dari daerah Sukabumi, Rabeg dan Gunung Curi. Sedangkan produsen membeli bahan baku singkong sebanyak 5 kwintal dengan harga produksi Rp. 3000 per kilo. Sedangkan harga dari produk lanting ini senilai dengan Rp. 3.500 per bungkus dan jumlah produksi yang didapat adalah 1000 bungkus. Keuntungan yang didapat dalam memproduksi lanting dalam rentang waktu satu bulan adalah sebesar Rp. 2.0000.000,-. (Tabel 2)

Tabel 2. Total Penerimaan dari Proses Produksi Lanting dan keuntungannya di Kampung Situmekar Desa Cikotok-Cibeber

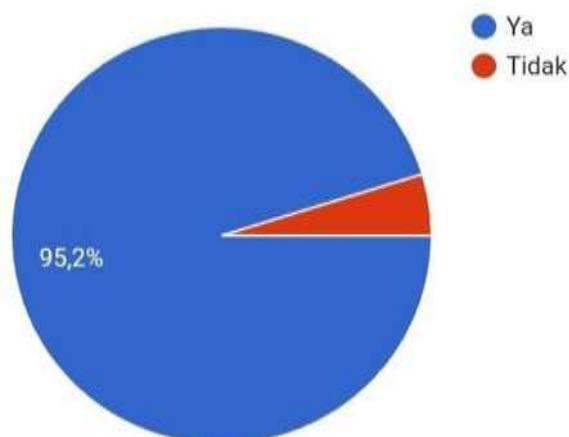
Uraian	Jumlah (/Bulan)
Produksi	1.000
Harga	Rp. 3.500
Total Penerimaan	Rp. 3.500.000
Biaya Total	Rp. 1.500.000
Keuntungan	Rp. 2.000.000

Sumber : Data Primer, 2024

Lanting singkong menjadi camilan favorit masyarakat Cibeber dan sekitarnya karena rasanya yang lezat, teksturnya yang renyah, dan harganya yang terjangkau dan dapat mensejahterakan masyarakat. Hal ini didukung oleh penelitian oleh Alamsyah *et al.*, (2023) industri kecil lanting di desa Kuwaran Kebumen Jawa Tengah berdampak positif untuk masyarakat sekitar karena dapat menyerap tenaga kerja dan meningkatkan perekonomian. Proses pemasaran lanting singkong di Desa Cikotok dilakukan melalui berbagai cara, seperti penjualan yang dilakukan dari mulut ke mulut atau word of mouth ataupun langsung di rumah produksi, melalui warung-warung lokal. Pemasaran dengan metode word of mouth menurut penelitian (Sari, 2017) menyatakan bahwa metode pemasaran word of mouth terbilang cukup efektif dalam pemasaran, karena dilandaskan dengan landasan percaya. Kepercayaan merupakan landasan utama yang dapat menentukan apakah calon pembeli akan menjadi seorang pembeli atau bahkan menjadi pembeli tetap.

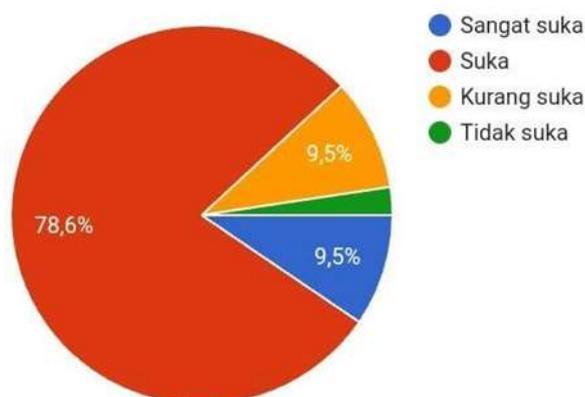
Survey dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner untuk diisi sejumlah 42 responden yang dikelompokkan menjadi 3 kategori usia yaitu remaja, dewasa dan orang tua. Responden didominasi didominasi oleh remaja yang berusia usia 11-20 tahun. Berdasarkan survey tersebut dapat diketahui bahwa 95,2 % responden mengetahui tentang lanting sebagai produk olahan singkong (Gambar 3).

Konsumsi lanting yang luas ini juga menandakan bahwa produk tersebut memiliki potensi pasar yang besar. Popularitas lanting mungkin terkait dengan faktor-faktor seperti cita rasa yang khas, ketersediaan yang mudah, serta manfaat kesehatan yang ditawarkan oleh singkong sebagai bahan bakunya. Lanting dikenal sebagai makanan tradisional. Produk makanan tradisional Indonesia yang dimodernisasi dipersepsikan lebih modern, namun produk tradisional lebih disukai konsumen (Fibri & Frøst 2019). Hal ini mengindikasikan bahwa ada nilai intrinsik yang dipegang teguh oleh konsumen terhadap makanan tradisional seperti lanting, yang mencakup rasa autentik dan warisan budaya.



Gambar 3 Persepsi masyarakat dalam mengetahui tentang produk lanting

Singkong termasuk dalam kelompok umbi-umbian, merupakan makanan yang kaya akan mineral (Ca, K, Fe, dll) dan vitamin (vitamin A, B, C, dll), dan secara aktif direkomendasikan kepada para lansia untuk mencegah penyakit kardiovaskular, osteoporosis, demensia, dan lain-lain (Kim & Iida 2023). Semakin tinggi tingkat konsumsi, produsen lanting memiliki peluang untuk terus meningkatkan produksi dan pemasaran, serta mengeksplorasi inovasi produk untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang beragam. Hal ini sejalan dengan pernyataan Harlow *et al.* (2016). Tingkat konsumsi dapat dipengaruhi seperti budaya, kesenangan, identitas, dan komunikasi, dapat dimanfaatkan dengan strategi pemasaran untuk mengejar konsumsi berkelanjutan.



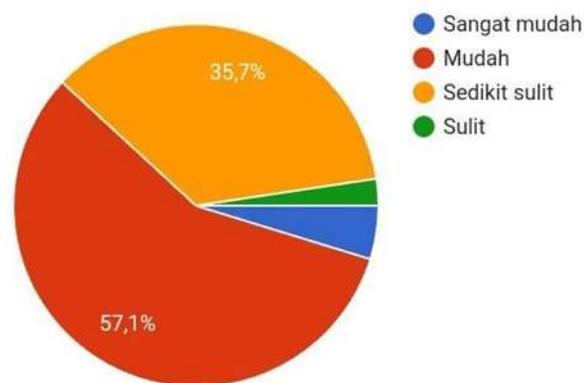
Gambar 4. Persepsi minat masyarakat dalam mengkonsumsi lanting

Berdasarkan gambar 4, dapat disimpulkan bahwa sebanyak 78,6% masyarakat menyukai lanting tersebut, bahkan 9,5% sangat menyukainya. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik yang signifikan di kalangan masyarakat secara luas terhadap lanting. Mayoritas responden yang menyukai lanting berasal dari kalangan remaja, yang cenderung menyukai makanan kecil sebagai camilan sehari-hari. Camilan seperti lanting sering menjadi pilihan populer karena mudah dikonsumsi, memiliki rasa yang enak, dan dapat dinikmati kapan saja. Guzek *et al.* (2021) melaporkan bahwa preferensi remaja terhadap makanan jajanan berhubungan positif dengan kenikmatan makanan ringan tanpa harus kesulitan dalam persiapannya.

Preferensi yang luas terhadap lanting ini membuka peluang bagi produsen untuk menargetkan berbagai segmen pasar dengan strategi pemasaran yang berbeda. Untuk remaja, promosi melalui media sosial dan influencer yang mungkin efektif dalam meningkatkan popularitas lanting. Sementara itu, untuk orang dewasa dan orang tua, pendekatan yang menekankan pada aspek tradisional dan manfaat kesehatan dapat lebih menarik. Selain itu, pengemasan yang menarik dan praktis juga dapat meningkatkan daya tarik lanting di berbagai segmen pasar.

Penting juga bagi produsen untuk terus berinovasi dalam rasa dan bentuk lanting untuk mempertahankan minat konsumen. Tren inovasi produk makanan saat ini mencakup inovasi terbuka, menggabungkan persepsi konsumen, dan perkembangan signifikan dalam teknologi pemrosesan dan sistem pengemasan (Guiné *et al.*, 2016). Mengembangkan varian rasa baru atau menciptakan kemasan yang lebih menarik dapat membantu lanting tetap relevan dan diminati di pasar yang semakin kompetitif. Dengan demikian, keberhasilan lanting tidak hanya terletak pada popularitas saat ini, tetapi juga pada kemampuan produsen untuk beradaptasi dengan tren dan preferensi konsumen yang terus berubah.

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa lanting memiliki potensi besar untuk terus berkembang sebagai produk camilan yang digemari oleh berbagai kelompok usia. Dengan strategi pemasaran yang tepat dan inovasi yang berkelanjutan, lanting dapat mempertahankan posisinya sebagai salah satu camilan favorit di masyarakat.



Gambar 5. Persepsi masyarakat terkait kemudahan dalam membeli produk lanting

Gambar 5 menunjukkan bahwa terdapat berbagai persepsi masyarakat mengenai kemudahan dalam membeli produk lanting tersebut, mayoritas menyatakan mudah dalam mendapatkannya bahkan beberapa memilih sangat mudah, namun masih terdapat beberapa masyarakat yang sedikit kesulitan dalam mendapatkannya. Hal ini dikarenakan pasokan dalam ketersediaan lanting tidak sepenuhnya memadai pada lingkungan tersebut dikarenakan ketidakmerataan dalam pendistribusian produk lanting tersebut. Hal ini mencerminkan tantangan dalam rantai pasokan dan distribusi lanting. Di daerah-daerah di mana distribusi belum optimal, masyarakat mungkin harus mengeluarkan usaha lebih untuk mendapatkan lanting, baik dalam hal waktu maupun jarak tempuh. Clapp (2015) menyatakan bahwa pertumbuhan industri pangan global telah mendorong bentuk kompleks yang memisahkan pangan secara geografis dan mental dari daerah asalnya, sehingga menantang inisiatif keberlanjutan bagi produsennya untuk mengatasi hal tersebut.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi persepsi ini adalah frekuensi produksi dan skala usaha produsen lanting. Produsen kecil mungkin memiliki keterbatasan dalam hal kapasitas produksi dan jangkauan distribusi, sehingga produk mereka tidak selalu tersedia di semua toko atau pasar. Hal ini sejalan dengan pendapat Matsushima (2016), produsen kecil hanya dapat memasok melalui jalur tradisional, dan perluasan saluran distribusi dapat menurunkan keuntungan.

Untuk menambah perluasan distribusi dibutuhkan adanya perluasan dan penambahan produksi dari lanting tersebut. ini merupakan bagian dari tantangan seorang produsen dalam mengembangkan usahanya. Agar usaha nya tidak mengalami kerugian dalam perluasan distribusi, perlu adanya promosi penjualan yang tepat dan efektif agar dapat meningkatkan jumlah penjualan, produsen kecil juga dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi terkait produk yang ingin di jual agar pemasaran dapat dilakukan secara lebih luas lagi tidak terpaku terhadap konsumen yang hanya di daerah sekitar. pemanfaatan platform media sosial secara tepat Dan efektif dapat meningkatkan volume penjualan (Augustinah dan Widayati, 2019).

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh pihak yang mendukung dalam penelitian ini, yakni kepada produsen, distributor, maupun konsumen selaku responden yang telah membantu dalam observasi yang telah dilakukan oleh penulis.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa lanting memiliki potensi pasar yang besar dan daya tarik yang luas di kalangan masyarakat. Popularitas lanting tidak hanya terbatas pada remaja, tetapi juga mencakup berbagai kelompok usia yang menyukai camilan tradisional ini karena cita rasanya yang khas, kemudahan dalam mendapatkan, serta manfaat kesehatan yang ditawarkan oleh singkong sebagai bahan bakunya. Tantangan dalam distribusi dan ketersediaan produk dapat diatasi melalui peningkatan kapasitas produksi, kemitraan strategis, dan inovasi dalam pemasaran. Dengan strategi yang tepat, lanting dapat terus berkembang dan mempertahankan relevansinya di pasar yang semakin kompetitif. Potensi ini memberikan peluang ekonomi yang signifikan bagi produsen lokal dan berkontribusi pada diversifikasi pangan nasional. Oleh karena itu, upaya berkelanjutan dalam mengembangkan dan mempromosikan lanting sebagai produk unggulan patut didukung untuk mencapai keberhasilan jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, M., Widjajanto, T., & Damayanti, F. 2023. Processing of Lanting Production Waste as Economic Strengthening for IKM Lanting, Kuwarasan District, Kebumen. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 10-19. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i1.9486>
- Augustinah, F Widayati. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika* 4(2). <https://media.neliti.com/media/publications/292595-pemanfaatan-media-sosial-sebagai-sarana-6c6eab47.pdf>
- Clapp, J. 2012. Cambridge, U.K.: Polity Press.
- Cleveland, M., Laroche, M., Pons, F., & Kastoun, R. 2009. Acculturation and consumption: Textures of cultural adaptation. *International Journal of Intercultural Relations*, 33(3), 196-212.
- Fibri, D., & Frøst, M. 2019. Consumer perception of original and modernised traditional foods of Indonesia. *Appetite*, 133, 61-69. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.10.026>.
- Guiné, R., Ramalhosa, E., & Valente, L. (2016). New foods, new consumers: innovation in food product development. *Current Nutrition & Food Science*, 12, 175-189. <https://doi.org/10.2174/1573401312666160608120727>.
- Guzek, D., Skolmowska, D., & Głąbska, D. 2021. Associations between Food Preferences, Food Approach, and Food Avoidance in a Polish Adolescents' COVID-19 Experience (PLACE-19) Study Population. *Nutrients*, 13. <https://doi.org/10.3390/nu13072427>.
- Harlow, J., Bernstein, M., Girod, B., & Wiek, A. 2016. Consumption and Sustainability. 293-301. https://doi.org/10.1007/978-94-017-7242-6_24.
- Johadi, Suhardjanto, D., Harsono, M. 2023. Pengembangan Produk Olahan Pangan Berbahan Baku Singkong di Suku Samin Blora. *KUAT: Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*, 5(2), 109-114. <https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/KUAT/article/view/2308>
- Kim, D. S., & Iida, F. 2023. Nutritional composition of Cassava (*Manihot esculenta*) and its application to elder-friendly food based on enzyme treatment. *International Journal of Food Properties*, 26(1), 1311-1323. <https://doi.org/10.1080/10942912.2023.2213410>
- Krisnawati, L., Susanto, A., & Sutarmin. 2019. Membangun Kemandirian Ekonomi Desa melalui Peningkatan Daya Saing Potensi Kekayaan Alam Perdesaan. *Jurnal Maksipreneur*, 8(2), 114-130.
- Laenggeng, A.H dan Dhafir, F. 2014. Kandungan Gizi Dua Jenis Varietas Singkong Berdasarkan Umur Panen di Desa Siney Kecamatan Tinombo Selatan Kabupaten Parigi Moutong. *Jurnal e-Jipbiol* 2(3), 1-14.
- Matsushima, N. 2017. Expanding distribution channels*. *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, 24(3-4), 464-468. <https://doi.org/10.1080/16081625.2016.1188453>
- Pitaloka M. D. A., Sudarya, A., & Saptono, E., 2021. Manajemen Ketahanan Pangan Melalui Program Diservisikasi Pangan di Sumatera Utara Dalam Rangka Mendukung Pertahanan Negara. *Jurnal Pertahanan & Bela Negara*, 7(2), 58-83.

- Rois, F. 2023. Pengoptimalan Pengolahan Singkong Menjadi Produk Pangan Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2).
- Sari, G.G., Genny Ervina. 2017. Penerapan Strategi Word to Mouth Dalam Sistem Jual Beli Di Kelompok Pengajian Salafi Kita Pekanbaru. *Jurnal LONTAR* 5(1).
- Saroso, S. 2017. Penelitian Kualitatif Dasar Dasar. Jakarta Barat, Indeks.
- Singapurwa, S.N. M. A., Semariyani, A. A. M., Rudianta, I. N., Candra, I. P., Sunarso, S. U. P., Naibaho, G. Y. R., & Jiwantara, G. N. O. 2023. Post-harvest processing of agricultural products supporting local wisdom in the 2022 matching fund program. *Asian Journal of Community Services (AJCS)*, 2(2), 209-216. <https://doi.org/10.55927/ajcs.v2i2.3190>
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabet.
- Taufiq, N. 2022. Pengaruh Penambahan Zat Kapur dan Lama Perendaman Terhadap Kadar Sianida Pada Singkong (*Manihot Esculanta Crantz*). *Jurnal Sehat Mandiri*, 17(2), 133-141.
- Yuan C, Wang M-H, Wang F, et al. 2021. Network pharmacology and molecular docking reveal the mechanism of Scopoletin against non-small cell lung cancer. *Life Sci.* 270(4):119105.