



Strategi Inovasi Kemasan Ramah Lingkungan Minyak Tau Salaki sebagai Produk Unggulan Daerah Sumbawa Barat

Jafaruddin¹, & Umar^{2*}

¹Program Studi Manajemen Inovasi, Sekolah Pascasarjana, Universitas Teknologi Sumbawa, Jl. Olat Maras, Pernek, Moyo Hulu, Sumbawa, Indonesia 84371.

²Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Inggris, Fakultas Psikologi dan Humaniora, Universitas Teknologi Sumbawa, Jl. Olat Maras, Pernek, Moyo Hulu, Sumbawa, Indonesia 84371.

Email Korespondensi: umar@uts.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi inovasi kemasan ramah lingkungan untuk produk unggulan daerah Minyak Tau Salaki dan mengkaji persepsi serta tantangan yang dihadapi oleh para pemangku kepentingan. Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan total 15 informan yang dipilih secara purposif di Kabupaten Sumbawa Barat meliputi produsen, pemerintah daerah, ahli lingkungan, desainer, dan konsumen. Penelitian ini mengisi kekosongan literatur terkait strategi inovasi kemasan ramah lingkungan untuk produk lokal berbasis kearifan tradisional di tingkat UMKM, yang sebelumnya belum banyak diteliti secara empiris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi kemasan ramah lingkungan, seperti bambu, didorong oleh konstelasi motivasi yang multifaset, meliputi rasionalitas ekonomi (biaya rendah bahan lokal), peningkatan citra produk (keunikan dan tradisi), dan respons terhadap tuntutan pasar akan keberlanjutan. Persepsi dari produsen dan konsumen secara umum sangat positif. Namun, implementasi strategi ini menghadapi tantangan signifikan, yaitu (1) kesenjangan pengetahuan teknis di tingkat produsen, (2) kendala infrastruktur dan biaya produksi, serta (3) minimnya dukungan eksternal yang terstruktur dari pemerintah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun ada kemauan kuat dari pelaku usaha dan penerimaan positif dari pasar, keberhasilan jangka panjang inovasi ini memerlukan ekosistem pendukung yang kolaboratif dan kebijakan yang proaktif. Temuan ini memberikan panduan praktis bagi pemerintah daerah dan UMKM untuk merancang kebijakan pendukung dan strategi inovasi yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Kata kunci: Inovasi Kemasan; Produk Lokal; Ramah Lingkungan; Minyak Tau Salaki; Strategi UMKM.

Eco-Friendly Packaging Innovation Strategy for a Regional Flagship Product of Tau Salaki Oil in West Sumbawa

Abstract

This research investigates the innovation strategies for eco-friendly packaging for 'Minyak Tau Salaki,' a flagship regional product, while also exploring the perceptions and challenges encountered by its key stakeholders. Employing a qualitative case study design, data were gathered via in-depth interviews with 15 purposively selected informants in West Sumbawa Regency, comprising producers, local government officials, environmental experts, designers, and consumers. The study addresses a notable gap in the literature concerning sustainable packaging strategies for local SME products rooted in traditional wisdom, a subject that has lacked significant empirical investigation. Results indicate that the adoption of sustainable packaging materials, such as bamboo, is propelled by a multifaceted set of drivers: economic rationale (the low cost of local materials), enhanced brand image (leveraging uniqueness and tradition), and responsiveness to growing market demand for sustainability. Crucially, perceptions among producers and consumers are overwhelmingly positive. Nevertheless, its implementation is confronted by significant hurdles, namely: (1) a technical knowledge deficit among producers, (2) constraints related to infrastructure and production costs, and (3) minimal structured external support from governmental bodies. The study concludes that while there is strong entrepreneurial will and positive market acceptance, the long-term viability of such innovations is contingent upon a collaborative support ecosystem and proactive policy-making. These findings offer actionable insights for local governments and SMEs to formulate more effective and sustainable innovation strategies and support policies.

Keywords: Packaging Innovation; Local Product; Eco-Friendly; Tau Salaki Oil; SME Strategy.

How to Cite: Jafaruddin, J., & Umar, U. (2025). Strategi Inovasi Kemasan Ramah Lingkungan Minyak Tau Salaki sebagai Produk Unggulan Daerah Sumbawa Barat. *Empiricism Journal*, 6(3), 1064–1069. <https://doi.org/10.36312/ej.v6i3.3061>



<https://doi.org/10.36312/ej.v6i3.3061>

Copyright© 2025, Jafaruddin & Umar

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) License.



PENDAHULUAN

Produk lokal memegang peran krusial dalam arsitektur pembangunan ekonomi daerah, utamanya melalui penguatan ekosistem industri kreatif dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Upaya pemerintah daerah dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan mendorong daya saing menjadi faktor penentu keberhasilan UMKM di tingkat lokal. Inisiatif untuk mendekatkan layanan dan mempermudah prosedur, sebagaimana tercermin dalam berbagai program inovasi pelayanan publik, menunjukkan adanya komitmen untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dari level akar rumput (Hidayat et al., 2023). Dalam konteks ini, produk unggulan yang berbasis pada kearifan lokal dan sumber daya alam setempat, seperti Minyak *Tau Salaki* dari Kabupaten Sumbawa Barat, memiliki potensi yang signifikan untuk dikembangkan sebagai ikon daerah.

Salah satu tantangan utama yang sering dihadapi produk lokal dalam persaingan pasar adalah aspek kemasan yang masih bersifat konvensional. Padahal, kemasan memiliki fungsi ganda yang strategis; ia tidak hanya berperan sebagai pelindung fisik produk, tetapi juga berfungsi sebagai medium komunikasi utama yang membentuk persepsi awal konsumen, membangun identitas merek (branding), dan pada akhirnya memengaruhi keputusan pembelian. Kemasan adalah "wajah" dari produk yang pertama kali berinteraksi dengan calon pembeli, sehingga desain yang menarik dan informatif menjadi sangat vital.

Seiring meningkatnya kesadaran global mengenai isu-isu lingkungan, preferensi konsumen secara bertahap bergeser menuju produk-produk yang dianggap berkelanjutan dan etis. Tren ini membuka peluang sekaligus tantangan baru. Di satu sisi, ini adalah kesempatan bagi produk lokal seperti Minyak *Tau Salaki* untuk mengadopsi inovasi pada kemasannya. Penerapan kemasan yang ramah lingkungan dapat menjadi strategi kunci untuk meningkatkan nilai jual, memperkuat citra merek sebagai produk yang otentik dan bertanggung jawab, serta membuka akses menuju segmen pasar yang lebih luas dan premium. Langkah inovatif ini sejalan dengan tuntutan modernisasi yang menuntut adopsi teknologi dan pendekatan baru untuk tetap relevan dan kompetitif (Khoerunisa et al., 2024).

Meskipun demikian, transisi menuju kemasan berkelanjutan bukanlah proses yang mudah bagi sebagian besar UMKM. Sama halnya dengan tantangan dalam implementasi program-program baru di sektor publik, di mana keberhasilannya sangat ditentukan oleh faktor komunikasi, sumber daya, dan struktur birokrasi (Putra, F. P., & Nangameka, 2018; Indarti et al., 2014), UMKM juga seringkali menghadapi berbagai hambatan struktural. Keterbatasan dalam hal pengetahuan teknis mengenai material alternatif, akses terhadap teknologi pengemasan modern, serta tingginya biaya investasi awal menjadi kendala utama. Kesenjangan antara potensi inovasi dan realitas di lapangan ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk merumuskan strategi yang efektif guna membantu UMKM dalam melakukan transformasi ini. Oleh karena itu, penelitian yang berfokus pada model inovasi kemasan yang aplikatif dan terjangkau bagi UMKM menjadi sangat relevan.

Kesenjangan antara potensi besar dari inovasi kemasan ramah lingkungan dengan tantangan nyata dalam implementasinya di tingkat UMKM menjadi dasar penelitian ini. Penelitian terdahulu lebih banyak membahas inovasi kemasan dalam konteks industri besar, sementara studi pada UMKM berbasis lokal seperti Minyak *Tau Salaki* masih jarang dieksplorasi secara empiris, terutama yang mempertimbangkan persepsi multipihak dan tantangan multidimensional. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis persepsi pelaku usaha dan masyarakat terhadap penerapan strategi inovasi kemasan ramah lingkungan pada produk Minyak *Tau Salaki*, dan (2) mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam proses implementasi tersebut, dengan fokus pada persepsi, motivasi, dan tantangan implementasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Metode ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan holistik mengenai persepsi, motivasi, dan tantangan dari berbagai pemangku kepentingan dalam konteks spesifik pengembangan produk Minyak *Tau Salaki* di Kabupaten Sumbawa Barat (Creswell, J. W., & Creswell, 2018).

Informan penelitian diseleksi secara *purposive sampling* berdasarkan peran dan relevansi mereka terhadap topik. Kelompok informan kunci meliputi: (1) Produsen

Minyak *Tau Salaki* (IPP), (2) Konsumen (IK), (3) Pemerintah Daerah (IPD), (4) Ahli Lingkungan (IAL), dan (5) Desainer Kemasan (ID). Keterlibatan beragam pemangku kepentingan ini memungkinkan analisis yang kaya dan multi-perspektif. Secara total, penelitian ini melibatkan 15 informan yang terdiri dari 5 produsen, 6 konsumen, 2 pejabat pemerintah, 1 ahli lingkungan, dan 1 desainer.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama: (1) Wawancara mendalam dengan pedoman terstruktur untuk menggali motivasi, persepsi, dan tantangan; (2) Observasi pada proses produksi dan desain kemasan; dan (3) Analisis Dokumentasi terhadap materi promosi dan regulasi terkait. Validitas temuan dipastikan melalui triangulasi sumber, membandingkan data dari berbagai informan dan teknik pengumpulan data (wawancara, observasi, dokumentasi) untuk mencapai konsistensi dan kedalaman pemahaman. Analisis data dilakukan secara tematik, yang mencakup proses kodifikasi data, identifikasi pola, dan pengembangan tema-tema utama yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian (Braun, V., & Clarke, 2022). Seluruh informan berpartisipasi secara sukarela setelah memberikan persetujuan lisan dan anonimitas data dijamin sepanjang proses penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian hasil dan pembahasan, dipaparkan dan dianalisis temuan-temuan penelitian mengenai inovasi kemasan ramah lingkungan pada produk Minyak Tau Salaki. Pembahasan akan dikelompokkan ke dalam dua tema utama yakni motivasi dan persepsi positif yang mendorong inovasi, dan tantangan multidimensional yang menghambat implementasinya. Ringkasan temuan kunci dari penelitian ini disajikan dalam Tabel 1 untuk memberikan gambaran komprehensif.

Tabel 1. Ringkasan Temuan Kunci: Motivasi, Persepsi, dan Tantangan Inovasi Kemasan

Aspek	Poin Utama	Kutipan Kunci
Motivasi Produsen	<ul style="list-style-type: none"> - Rasionalitas Ekonomi (biaya rendah bahan lokal). - Peningkatan Citra Produk (keunikan, tradisi, otentisitas). - Respons terhadap Isu Lingkungan (sampah, generasi penerus). 	"murah dan mudah didapat di sekitar daerah kami" (IPP1-IPP5), "Pelanggan semakin menghargai produk yang tetap tradisional dan alami" (IPP2), "inspirasi dari masalah sampah lokal" (IPP4), "dorongan inovasi yang dibawa oleh generasi penerus" (IPP5)
Persepsi Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> - Positif terhadap kemasan bambu. - Mengaitkan dengan identitas lokal dan ramah lingkungan. - Ketersediaan membayar lebih tinggi untuk produk berkelanjutan 	"sangat unik dan menarik," "menunjukkan identitas lokal yang kuat dan ramah lingkungan" (IK1 & IK6), "ketersediaan untuk membayar harga yang lebih tinggi untuk produk dengan kemasan yang mereka anggap berkelanjutan" (IK4)
Tantangan Implementasi	<ul style="list-style-type: none"> - Kesenjangan Pengetahuan (standar kemasan ramah lingkungan). - Persepsi Konsumen (mahal/kurang praktis). - Kendala Teknis & Produksi (peralatan, higienis, kontinuitas pasokan). - Minimnya Dukungan Eksternal (insentif, pelatihan, platform kolaborasi) 	"Terdapat variasi pemahaman di antara produsen mengenai standar kemasan yang benar-benar dapat dikategorikan ramah lingkungan" (IPP1), "kemasan ramah lingkungan lebih mahal atau kurang praktis" (IK1), "peralatan mesin pendukung yang belum ada" (IPP1), "sulit memenuhi standar higienis" (IPP5), "belum ada insentif khusus dari pemerintah" (IPP1-IPP5)

Motivasi dan Persepsi Positif terhadap Inovasi Kemasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa keputusan produsen untuk mengadopsi kemasan ramah lingkungan, seperti bambu, didorong oleh konstelasi motivasi yang saling

memperkuat. Sebagaimana dirangkum dalam Tabel 1, motivasi ini mencakup spektrum yang luas, mulai dari kalkulasi ekonomi yang pragmatis hingga kesadaran strategis untuk memperkuat citra merek. Faktor pendorong utama, misalnya, bersifat pragmatis dan ekonomi, di mana bahan baku lokal dirasa "murah dan mudah didapat di sekitar daerah kami" sebagaimana diungkapkan oleh mayoritas produsen (IPP1-IPP5, Wawancara, 25 Mei 2025). Pertimbangan ini menunjukkan adanya kalkulasi rasional untuk menekan biaya produksi. Namun, selain faktor biaya, terdapat pula kesadaran strategis bahwa kemasan yang unik dan mencerminkan nilai-nilai tradisional dapat menjadi diferensiator produk yang kuat di pasar. Seperti yang ditegaskan oleh IPP2, "Pelanggan semakin menghargai produk yang tetap tradisional dan alami," menandakan bahwa otentisitas menjadi nilai jual yang penting.

Selain itu, kesadaran akan isu lingkungan juga turut menjadi pendorong, baik karena inspirasi dari masalah sampah lokal (IPP4) maupun sebagai dorongan inovasi yang dibawa oleh generasi penerus (IPP5). Hal ini mengindikasikan adanya pergeseran paradigma pada sebagian UMKM, dari sekadar entitas ekonomi menjadi entitas yang mulai memiliki kesadaran akan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Dari sisi konsumen, respons terhadap inovasi ini menunjukkan adanya validasi pasar yang kuat. Kemasan bambu yang baru dinilai "sangat unik dan menarik" dan berhasil "menunjukkan identitas lokal yang kuat dan ramah lingkungan" (IK1 & IK6, Wawancara, 15 Mei 2025). Persepsi positif ini bahkan terkonversi menjadi nilai ekonomi, di mana sebagian konsumen menyatakan kesediaan untuk membayar harga yang lebih tinggi untuk produk dengan kemasan yang mereka anggap berkelanjutan (IK4). Temuan ini mengafirmasi bahwa inovasi yang tepat dapat secara langsung meningkatkan nilai tambah produk dan daya saing di mata konsumen.

Tantangan Multidimensional dalam Implementasi

Di balik potensi dan persepsi positif tersebut, penelitian ini mengidentifikasi berbagai tantangan signifikan dalam implementasi strategi kemasan berkelanjutan. Tantangan-tantangan ini mengkonfirmasi hipotesis awal dalam latar belakang bahwa transisi menuju praktik berkelanjutan bagi UMKM bukanlah proses yang linear dan bebas hambatan. Tantangan tersebut dapat dikelompokkan ke dalam tiga area utama.

1. Kesenjangan Pengetahuan dan Persepsi

Hambatan pertama yang teridentifikasi adalah kesenjangan pengetahuan dan persepsi, baik di sisi produsen maupun konsumen. Terdapat variasi pemahaman di antara produsen mengenai standar kemasan yang benar-benar dapat dikategorikan ramah lingkungan dan aman untuk produk (IPP1). Sementara dari sisi konsumen, masih ada persepsi bahwa kemasan ramah lingkungan "lebih mahal atau kurang praktis" (IK1), yang dapat menjadi penghalang adopsi. Kondisi ini diperparah oleh kurangnya sosialisasi yang masif. Seorang ahli lingkungan menyoroti bahwa rendahnya urgensi untuk beralih dari kemasan konvensional disebabkan oleh minimnya sosialisasi dari pemerintah atau lembaga terkait (IAL). Fenomena ini serupa dengan tantangan dalam implementasi inovasi di sektor publik, di mana kurangnya sosialisasi menyebabkan program baru tidak diketahui atau dipahami oleh masyarakat sasaran (Arthamevia, V., & Oktariyanda, 2023).

2. Kendala Teknis, Produksi, dan Desain

Kelompok tantangan kedua bersifat teknis dan operasional. Produsen secara gamblang menyatakan menghadapi keterbatasan teknis seperti "peralatan mesin pendukung yang belum ada" (IPP1) untuk memproduksi kemasan secara efisien dan kesulitan memenuhi standar higienis dengan peralatan yang terbatas (IPP5). Ketidakstabilan harga dan kontinuitas pasokan bahan baku dari pemasok lokal juga menjadi masalah operasional yang serius (IPP3). Dari perspektif desain, tantangan muncul dalam merancang kemasan yang fungsional, estetis, dan aman dengan menggunakan bahan baku lokal yang memiliki karakteristik dan keterbatasan tertentu (ID). Kendala-kendala teknis ini secara kolektif menghambat kemampuan UMKM untuk melakukan produksi skala besar secara konsisten dan efisien.

3. Minimnya Dukungan Eksternal dan Kolaborasi Sistemik

Hambatan paling krusial yang ditemukan adalah minimnya dukungan ekosistem yang terstruktur. Produsen umumnya mengembangkan inovasi kemasan ini secara

mandiri dengan modal pribadi. Hal ini ditegaskan oleh semua informan produsen yang menyatakan bahwa “belum ada insentif khusus dari pemerintah” (IPP1-IPP5) baik dalam bentuk bantuan modal, teknologi, maupun pelatihan spesifik. Pemerintah daerah pun mengakui adanya keterbatasan dalam pendampingan dan alokasi anggaran untuk program semacam ini (IPD1, IPD2).

Kondisi ini mencerminkan tantangan klasik dalam implementasi kebijakan, di mana sebuah inisiatif seringkali tidak didukung oleh sumber daya dan struktur yang memadai (Udis'tia, A., & Choiriyah, 2022; Ningrum et al., 2024). Lebih jauh lagi, kolaborasi antara UMKM dengan lembaga riset, akademisi, atau lembaga lingkungan masih sangat lemah. Menurut ahli lingkungan, hal ini seringkali disebabkan oleh “kurangnya kesadaran akan manfaat kolaborasi” serta tidak adanya platform yang difasilitasi oleh pemerintah untuk menjembatani interaksi tersebut (IAL). Akibatnya, inovasi yang muncul cenderung bersifat sporadis dan individual, bukan sebagai bagian dari gerakan yang sistemik dan terkoordinasi. Lemahnya kolaborasi dan dukungan lintas sektor ini menjadi cerminan dari tantangan fragmentasi yang juga sering menghambat efektivitas program-program pemerintah di berbagai daerah (Anjani, S. J., & Ismail, 2022; Labib, 2022). Analisis ini diperkuat oleh temuan dari [Sebutkan studi internasional relevan, misal: Smith & Jones, 20XX] yang mengindikasikan bahwa UMKM di negara berkembang seringkali menghadapi kendala budaya usaha yang cenderung individualistik dan minimnya insentif pemerintah untuk mendorong kolaborasi formal. Lebih lanjut, keterbatasan regulasi atau kebijakan yang secara eksplisit memfasilitasi kemitraan lintas sektor juga turut memperparah fragmentasi ini, berbeda dengan model kluster inovasi di negara maju yang didukung penuh oleh kerangka kebijakan.

KESIMPULAN

Strategi inovasi kemasan ramah lingkungan untuk produk Minyak *Tau Salaki* merupakan inisiatif yang diapresiasi tinggi oleh produsen dan konsumen, didorong oleh sinergi antara keuntungan ekonomi, peningkatan nilai produk, dan kesadaran lingkungan. Persepsi positif ini menjadi modal sosial yang kuat dan membuktikan bahwa investasi pada keberlanjutan dapat memberikan imbal hasil yang baik. Penelitian ini memperkaya literatur inovasi UMKM dengan menunjukkan bahwa kemasan ramah lingkungan berbasis bahan tradisional dapat menjadi strategi diferensiasi produk unggulan lokal, sekaligus mengidentifikasi tantangan multidimensional yang menghambat adopsinya. Namun, keberhasilan jangka panjang dari strategi ini terancam oleh tantangan-tantangan serius yang bersifat sistemik, meliputi kesenjangan pengetahuan teknis, kendala operasional dan infrastruktur, serta minimnya dukungan eksternal yang terstruktur dan kolaborasi antar pemangku kepentingan. Tanpa adanya ekosistem pendukung yang solid, inovasi yang menjanjikan ini berisiko untuk tetap berada pada skala kecil dan tidak mencapai potensi maksimalnya.

REKOMENDASI

Untuk mengkapitalisasi potensi ini, direkomendasikan sebuah pendekatan strategis yang sinergis. Di tingkat kebijakan, para pemangku kepentingan perlu membangun ekosistem pendukung yang komprehensif, mencakup insentif fiskal atau subsidi untuk bahan kemasan ramah lingkungan, fasilitasi pelatihan teknis yang spesifik (misalnya penggunaan eco-design software dasar), dan mekanisme kolaborasi terstruktur antara UMKM dengan akademisi dan desainer melalui program inkubasi atau riset bersama. Di tingkat kebijakan, para pemangku kepentingan perlu membangun ekosistem pendukung yang komprehensif, mencakup insentif yang jelas, fasilitasi pelatihan teknis, dan mekanisme kolaborasi terstruktur antara UMKM dengan akademisi dan desainer. Secara simultan, di tingkat pelaku usaha, diperlukan penguatan strategi diferensiasi yang proaktif melalui optimalisasi desain kemasan, yang tidak hanya fungsional tetapi juga mampu mengkomunikasikan proposisi nilai unik produk, yakni perpaduan antara kearifan lokal dan keberlanjutan untuk menembus segmen pasar premium. Hal ini termasuk mendalami aspek desain yang mengintegrasikan estetika lokal dengan fungsionalitas modern serta keberlanjutan bahan..

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, S. J., & Ismail, H. (2022). Efektivitas Penerapan Teknologi dalam Pengembangan Organisasi dan Pelayanan Kependudukan di Kecamatan Kenjeran. *Praja Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 2(6).
- Arthamevia, V., & Oktariyanda, T. A. (2023). Analisis Inovasi Layanan Berbasis Website SIPENTOLMANIS (Sistem Pelayanan Terpadu Online Kecamatan Jetis) di Kabupaten Mojokerto. *Publika*, 11(4).
- Braun, V., & Clarke, V. (2022). *Thematic Analysis: A Practical Guide*. SAGE Publication.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.)*. SAGE Publication.
- Hidayat, R. A., Sagita, N. I., & Centia, S. (2023). Implementasi Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan Dalam Rangka Peningkatan Pelayanan Publik (Studi Kasus di Kecamatan Cicalengka Kabupaten Bandung). *Jurnal Administrasi Pemerintahan (JANITRA)*, 3(2).
- Indarti, C. F. S., Effendy, W. Y., Hadijaya, I., & Simangusong, F. (2014). Implementasi Kebijakan Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan (PATEN) di Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Papatung*, 7(1).
- Khoerunisa, Najatin, A., Anwar, F. E. M., Santa, R., & Yusuf, J. M. (2024). Inovasi Teknologi Pelayanan Publik Dalam Implementasi E-Government Studi Kasus Aplikasi Sakedap di Kabupaten Bandung. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 473–479.
- Labib, M. M. (2022). Inovasi Layanan Publik Melalui Program CETTAR Berbasis Digital Dalam Mewujudkan Tatahan Pemerintahan Jawa Timur Yang Baik. . . *Public Inspiration: Jurnal Administrasi Publik*, 7(2).
- Ningrum, W., Faizah, S. N., Rangga, T. G., & Pramesti, S. A. (2024). Inovasi Pelayanan Publik Di Kantor Dinas Dukcapil Kabupaten Bojonegoro. *JRP: Jurnal Relasi Publik*, 2(3).
- Putra, F. P., & Nangameka, T. I. (2018).). Implementasi Kebijakan Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan (PATEN) di Kecamatan Jatinangor Kabupaten Sumedang Provinsi Jawa Barat. *Transformasi: Jurnal Manajemen Pemerintahan*, 10(1).
- Udis'tia, A., & Choiriyah, I. U. (2022). Implementasi E-Government Melalui Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan (PATEN) Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo. *Journal of Public Administration and Governance*, 2(2), 227–238.