



Pemberdayaan Kelompok Perempuan Sentra Keripik Tempe Untuk Meningkatkan Pendapatan dan Ekonomi Masyarakat

Agus Tatang Sopandi, Gede Suwardika, Kadek Masakazu , Nia Erlina

Universitas Terbuka, UPBJJ UT-Denpasar

Jl. Gurita No.11, Sesetan, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali 80223, Indonesia

Universitas Pendidikan Ganesha

Jalan Udayana Nomor 11 Singaraja, Buleleng, Bali, Indonesia

| kadek.masakazu@ecampus.ut.ac.id  | DOI: <https://doi.org/10.37729/abdimas.v7i2.2524> |

Abstrak

Salah satu IRT yang bergerak dibidang camilan adalah ibu Nur Aini. Ibu Nur Aini sudah lebih dari 10 tahun menggeluti usaha camilan keripik tempe. Awal berdirinya usaha ini hanya mempunyai 1 orang karyawan. Saat ini, mitra rata-rata mampu memproduksi sekitar 200-300 bungkus keripik tempe/hari dengan harga 1 bungkus Rp.1.000, dengan tingkat keuntungan sekitar 10 % - 25% dari harga jual. Akar permasalahan pada prioritas masalah yang dialami mitra adalah proses produksi keripik tempe yang masih konvensional, pemotongan tempe dilakukan secara manual; pengemasan produk hanya menggunakan plastik yang dilipat kemudian di eratkan menggunakan staples; pola pemasaran yang hanya mengandalkan akses sekitar tempat tinggal mitra; dan belum mendapatkan ijin PIRT. Solusi permasalahan dalam program PKM dilaksanakan dengan mengadopsi metode PALS (participatory learning system). Pelaksanaan program PKM dengan metode PALS meliputi empat tahapan utama, yakni tahap penyadaran, tahap pengkapasitasan, tahap pendampingan, serta tahap pelembagaan. Respon keterlaksanaan kegiatan mendapatkan hasil 60% responden menanggapi dengan baik dan 40% lainnya menanggapi dengan sangat baik. Hasil yang didapatkan adalah peningkatan keterampilan mitra, kemampuan memproduksi berbasis IPTEK dengan lebih optimal, desain produk dan kemasan baru yang lebih modern, konsistensi membuat konten promosi melalui media sosial, serta pembuatan akun di salah satu marketplace, sehingga PIRT keripik tempe mampu meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: Keripik tempe, Pemberdayaan, Perempuan, PALS



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Camilan menjadi bagian tak terpisahkan dari masyarakat, termasuk masyarakat Indonesia. Salah satu camilan yang disukai oleh sebagian besar masyarakat Indonesia adalah keripik tempe. Keripik tempe adalah makanan yang terbuat dari tempe yang diiris tipis kemudian digoreng dengan menggunakan tepung yang telah dibumbui. Rasanya adalah asin dengan aroma bawang yang gurih. Keripik tempe juga dinikmati sebagai makanan pelengkap untuk nasi dan lauk (Wijaya *et al.*, 2019).

Hasil Observasi pada tanggal 20 November salah satu IRT yang bergerak dibidang camilan adalah ibu Nur Aini. Yang terletak di desa Kaliuntu, kecamatan Buleleng, kabupaten Buleleng. Awal berdirinya perusahaan ini hanya mempunyai 1 orang karyawan.

Saat ini jumlah karyawan sudah bertambah menjadi 4 orang yang mampu memproduksi 200 – 300 bungkus keripik tempe per hari. Keripik tempe tersebut dijual dengan harga Rp 1000,00/bungkus.

Bahan baku tempe yang dibutuhkan mitra 5 – 10 lembar tempe (ukuran besar) dan sesuai dengan pesanan. Proses pembuatan keripik tempe yang menggunakan bahan baku yang berkualitas menjadikan keripik tempe ibu Nur Aini bisa bertahan lama tanpa menggunakan bahan pengawet. Keripik tempe dari ibu Nur Aini sangat berkualitas dan lezat, hal ini terbukti karena keripik tempe ibu Nur Aini tidak pernah mendapatkan protes dari konsumen. Peminat keripik tempe ibu Nur Aini banyak, tapi karena minimnya sumber daya sehingga tidak bisa mengekspansi usaha lebih luas. Proses produksi keripik tempe ibu Nur Aini masih sangat konvensional, pemotongan tempe dilakukan secara manual, sehingga ketebalan tempe tidak konsisten dan menyebabkan tingkat kerenyahan yang berbeda.

PIRT adalah kepanjangan dari Pangan Industri Rumah Tangga. Bisa dikatakan P-IRT merupakan sertifikat pangan bagi produsen pangan (makanan dan minuman) yang diproduksi oleh industri rumah tangga, yaitu perusahaan pangan yang memiliki tempat usaha di tempat rumah tinggal dengan peralatan pengolahan pangan manual hingga semi otomatis, dan dipasarkan secara lokal Nasional. Rumah tangga dimaksud adalah bukan setiap rumah tinggal, melainkan memiliki ruangan produksi yang terpisah dari ruangan-ruangan lain dalam rumah tinggal tersebut (Priyandoko *et al.*, 2020).

Pengemasan produk hanya menggunakan plastik yang dilipat kemudian di eratkan menggunakan staples, sehingga kerenyahan keripik tempe dapat berkurang. Desain kemasan yang masih sederhana menyebabkan rendahnya daya tarik produk secara visual. Sampai saat ini usaha yang dirintis oleh bu Nur Aini masih belum memiliki manajemen pemasaran dan keuangan. Cara pemasaran masih terbilang tradisional dengan target masyarakat sekitar dan beberapa toko makanan atau warung kecil sekitar tempat tinggal. Mitra rata-rata mampu memproduksi sekitar 200-300 bungkus keripik tempe/hari dengan harga 1 bungkus Rp.1.000, dengan tingkat keuntungan sekitar 10 %- 25% dari harga jual. Keuntungan yang didapatkan belum maksimal dikarenakan mitra kurang memahami tentang perhitungan laba dan jangkauan pemasaran yang masih terbatas (Kwuta *et al.*, 2020).

Ibu Nur Aini merupakan perempuan yang berperan dalam peningkatan ekonomi di keluarganya. Adanya peningkatan omset mitra menjadikan diperlukan adanya izin edar dari Dinas Kesehatan terhadap produk yang dihasilkan (Lestari & Ulya, 2021). Mitra belum memiliki ijin PIRT dari Dinas Kesehatan Buleleng. Hal ini dikarenakan mitra kurang paham mengenai administrasi pengurusan ijin PIRT. Diperlukan adanya pendampingan dan penyuluhan mitra dari akademisi yang bekerjasama dengan Dinas Kesehatan untuk meningkatkan keterampilan manajemen usaha mitra. Fokus dari PKM ini lebih diarahkan pada aspek peningkatan keterampilan manajemen usaha mitra melalui pendampingan pengajuan ijin PIRT, mendampingi administrasi dan perbaikan teknik pemasaran. Fokus lainnya yaitu meningkatkan peran wanita dalam perekonomian keluarga.

2. Metode

PKM ini dilaksanakan dengan mengadopsi metode PALS (*participatory learning system*) berdasarkan teori (Mayoux, 2005). Pelaksanaan program PKM dengan metode PALS meliputi empat tahapan utama, yakni tahap penyadaran, tahap pengkapasitasan, tahap pendampingan, serta tahap pelembagaan, sebagaimana dapat ditunjukkan pada Gambar 1.

Tahapan metode PALS dalam program PKM ini meliputi: (1) Tahap penyadaran; merupakan tahapan inisiasi untuk memantik kesadaran masyarakat akan kondisi dan potensi yang dimiliki serta pentingnya aplikasi iptek dalam mengoptimalkan potensi usaha. Pada tahap ini mitra diberi sosialisasi terkait kondisi yang sedang dialami dan bagaimana usaha milik mitra dapat bersaing pada era teknologi informasi. (2) Tahap pengkapasitasan adalah tahapan pelibatan masyarakat dalam bentuk partisipasi aktif dalam mengembangkan usaha produktifnya. Tahap pengkapasitasan dibagi menjadi 5 sub kegiatan. Pada tahap pengkapasitasan ini mitra diberikan pelatihan mengenai pengoperasian alat, proses produksi berbasis IPTEK, pembuatan desain kemasan, proses pemasaran, dan analisis permintaan pasar. (3) Tahap pendampingan adalah tahap pengawalan perkembangan produktifitas masyarakat agar dapat memerdayakan diri secara mandiri dan berkelanjutan. Pada tahap ini mitra secara mandiri mulai melakukan proses produksi yang telah dilatihkan sebelumnya dengan pantauan dari tim pengabdian. (4) Tahap pelembagaan merupakan usaha untuk jaminan legalitas formal seperti mendapatkan ijin No PIRT. Pada tahap ini tim pengabdian mendampingi mitra selama proses persiapan dokumen dan pendaftaran ijin PIRT.



Gambar 1. Kerangka Metodologi Pengabdian Masyarakat

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan ini mengacu pada metode pelaksanaan kegiatan PALS seperti disajikan pada Gambar 1. Kegiatan dimulai dengan melakukan observasi dalam rangka pra kegiatan, pelaksanaan kegiatan menggunakan metode PALS, yang dapat diuraikan sebagai berikut:

3.1. Pra Kegiatan

Kegiatan persiapan pengabdian dilakukan pada bulan Januari 2022. Agenda yang dilaksanakan adalah pembekalan tim mengenai metode PALS (Peer Assisted Learning Strategies) serta penyusunan instrumen-instrumen yang dibutuhkan. Hasil dari kegiatan ini yakni berupa dokumen presensi kegiatan, panduan kegiatan PKM, daftar angket serta instrumen evaluasi kegiatan. Kegiatan ini dilakukan dua sampai tiga kali seminggu selama bulan Januari.

3.2. Penyadaran

Tahap kegiatan penyadaran adalah melakukan sosialisasi dan penyuluhan potensi masyarakat pada mitra. Selama kegiatan penyadaran ini mitra dipersiapkan untuk mendapatkan pelatihan kedepannya. Mitra diberi beberapa pengetahuan awal terkait tujuan kegiatan yang akan dilakukan, manfaat-manfaat yang didapatkan, serta rencana jadwal pelatihan yang akan diikuti. Kegiatan penyadaran dilaksanakan pada 2 Februari 2022.

3.3. Pengkapasitasan I - V

Tahap kegiatan pengkapasitasan terdiri atas lima bagian, yakni: (1) penghibahan alat, (2) pelatihan proses produksi dan pemanfaatan alat, (3) pelatihan desain logo dan kemasan produk, (4) pelatihan pola pemasaran berbasis TI, dan (5) pelatihan analisis permintaan pasar. Alat yang dihibahkan yakni berupa alat pemotong tempe, timbangan, serta alat press. Setelah penghibahan alat, dilanjutkan dengan pelatihan mengenai cara mengoperasikan alat dan mengoptimalkan proses produksi. Kemudian dilanjutkan dengan pelatihan-pelatihan lainnya. Adapun rincian kegiatan pelatihan dan hasil yang didapatkan dijelaskan pada [Tabel 1](#).

3.4. Pendampingan I - IV

Tahap pendampingan terdiri atas empat bagian, yakni: (1) penggunaan alat produksi berbasis IPTEK, (2) pendampingan desain logo dan kemasan produk, (3) pendampingan pola promosi dan pemasaran berbasis teknologi informasi, (4) pendampingan analisis permintaan pasar dan penentuan strategi lanjutan. Tahapan pendampingan dilakukan secara intens dengan monitoring dan evaluasi kegiatan mitra sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Dalam tahapan ini mitra memulai mengaplikasikan hasil pelatihan yang didapatkan secara mandiri. Adapun rincian kegiatan pendampingan dan hasil yang didapatkan dijelaskan pada [Tabel 2](#).

Tabel 1. Rincian Kegiatan Pengkapasitasan I - V

Kegiatan	Hasil yang didapatkan
Pengkapasitasan I Penghibahan pemotong tempe, neraca, dan mesin pres	<ul style="list-style-type: none"> • Tersalurkannya bantuan 3 buah alat pemotong tempe • Tersalurkannya 2 neraca digital • Tersalurkannya 1 buah alat mesin pres • Terlaksananya kegiatan pengadaan, penataan, serta pengenalan bantuan insfratraktur
Pengkapasitasan II Pelatihan pola produksi berbasis Iptek (penggunaan alat)	<ul style="list-style-type: none"> • Mitra memahami optimalisasi proses produksi dengan memanfaatkan IPTEK • Terlaksananya kegiatan pelatihan pola produksi berbasis Iptek 1 kali pertemuan.
Pengkapasitasan III Pelatihan pembuatan desain kemasan produk	<ul style="list-style-type: none"> • Mitra memahami bentuk-bentuk desain logo dan kemasan produk yang menarik bagi pembeli • Mitra memahami langkah-langkah pembuatan desain logo produk • Terlaksananya kegiatan pelatihan pembuatan desain kemasan produk 1 kali pertemuan
Pengkapasitasan IV Pelatihan pola promosi dan pemasaran berbasis Teknologi Informasi	<ul style="list-style-type: none"> • Mitra memahami berbagai bentuk kegiatan promosi dan pemasaran berbasis teknologi informasi • Terlaksananya kegiatan pelatihan promosi dan pemasaran berbasis teknologi 1 kali pertemuan
Pengkapasitasan V: Pelatihan analisis permintaan pasar	<ul style="list-style-type: none"> • Mitra mampu menganalisis peluang usaha berdasarkan permintaan pasar • Terlaksananya kegiatan pelatihan analisis permintaan pasar 1 kali pertemuan

Tabel 2. Rincian Kegiatan Pendampingan I - IV

Kegiatan	Hasil yang didapatkan
Pendampingan I Pola produksi berbasis Iptek (penggunaan alat)	<ul style="list-style-type: none"> • Mitra mampu mengoperasikan alat produksi dengan baik • Mitra mampu mengoptimalkan proses produksi dengan alat produksi berbasis IPTEK • Terlaksananya kegiatan pendampingan pola produksi berbasis Iptek 1 kali pertemuan
Pendampingan II desain kemasan produk	<ul style="list-style-type: none"> • Mitra mampu membuat desain produk yang menarik • Mitra menentukan desain produk akhir dan kemasan yang siap digunakan • Terlaksananya kegiatan pendampingan mitra dalam desain kemasan produk 1 kali pertemuan
Pendampingan III Pola promosi dan pemasaran berbasis Teknologi Informasi	<ul style="list-style-type: none"> • Mitra mampu membuat konten promosi melalui media sosial • Mitra memulai kegiatan pemasaran di salah satu marketplace • Terlaksananya kegiatan pendampingan mitra dalam promosi dan pemasaran berbasis teknologi 1 kali pertemuan
Pendampingan IV: Analisis permintaan pasar	<ul style="list-style-type: none"> • Mitra mampu melihat peluang usaha dan menentukan strategi pemasaran berdasarkan analisis permintaan pasar. • Terlaksananya kegiatan pendampingan analisis permintaan pasar 1 kali pertemuan

3.5. Pelembagaan I

Pada tahap pelembagaan ini mitra mendapatkan sosialisasi mengenai PIRT pada 20 Agustus 2022. Mitra didampingi tim pengabdian untuk menyiapkan dokumen-dokumen yang dibutuhkan, seperti surat permohonan izin, KTP, surat keterangan domisili dari kecamatan, denah bangunan, surat keterangan dari puskesmas, hasil uji laboratorium, dan sebagainya. Mitra selanjutnya mengajukan permohonan perizinan usaha pada pemerintah daerah hingga mendapatkan izin PIRT dengan nomor 203 3510 01 0787-25.

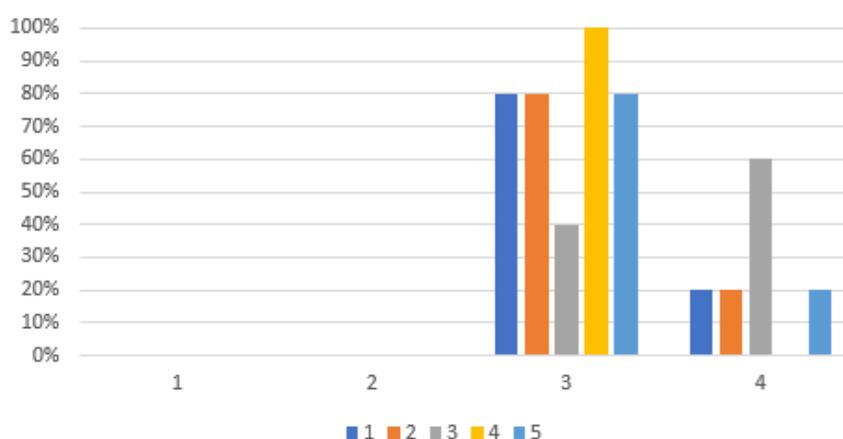
3.6. Evaluasi Keterlaksanaan

Setelah rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat usai, kemudian dilakukan evaluasi keterlaksanaan program. Evaluasi kegiatan dilakukan dengan teknik angket. Angket keterlaksanaan menggunakan skala Likert dengan 4 skala. PKM ini telah melalui seluruh tahapan yang direncanakan. Angket keterlaksanaan kegiatan disebarkan kepada responden dan menghasilkan data pada Tabel 3. Adapun keterlaksanaan kegiatan dapat disajikan pada Gambar 2.

Tabel 3. Rincian Kegiatan Pendampingan I - IV

No.	Kegiatan	Kepuasan			
		1	2	3	4
1	Terlaksananya kegiatan pelatihan pola produksi berbasis Iptek	0%	0%	80%	20%
2	Terlaksananya kegiatan pelatihan pembuatan desain kemasan produk	0%	0%	80%	20%
3	Terlaksananya kegiatan pelatihan promosi dan pemasaran berbasis teknologi	0%	0%	40%	60%
4	Terlaksananya kegiatan pelatihan analisis permintaan pasar	0%	0%	100%	0%
5	Terbitnya nomor PIRT	0%	0%	80%	20%
Total		0%	0%	60%	40%

keterangan: 1 : Tidak Memuaskan; 2 : Kurang Memuaskan; 3 : Memuaskan; 4 : Sangat Memuaskan



Gambar 2. Keterlaksanaan PKM

Metode PALS (*Peer Assisted Learning Strategies*) mulanya merupakan sebuah metode dalam pembelajaran dimana guru memasangkan siswa dengan level kemampuan yang berbeda (tinggi dan rendah) dalam satu kelompok yang dimaksudkan agar siswa saling memperoleh pengetahuan melalui latihan dan penguatan (Santhanalakshmi, 2021). Metode PALS saat ini telah banyak digunakan sebagai metode dalam pelatihan atau pengabdian masyarakat (Amrussalam & Ariyanti, 2022; Halim *et al.*, 2021; Sueca *et al.*, 2021). Metode PALS yang digunakan dalam pelatihan mendapatkan respon positif dan antusiasme tinggi dari para peserta kegiatan serta mampu menambah wawasan peserta dalam rangka mengembangkan usaha (Halim *et al.*, 2021; Sueca *et al.*, 2021).

Selama kegiatan pengabdian, mitra diberikan pelatihan dan pendampingan usaha. Pelatihan dilakukan di awal untuk memberikan pengetahuan pada mitra terkait proses produksi, promosi, pemasaran, dan analisis pasar. Mitra yang telah mendapatkan pelatihan akan lebih termotivasi, meningkatkan kualitasnya, serta mengurangi kendala selama melakukan pekerjaan (Suratman & Eriyanti, 2022). Setelah mendapat pelatihan yang cukup, mitra kemudian menerapkan pengetahuan yang telah didapatkan guna meningkatkan kualitas produksi dan pemasaran pada tahap pendampingan I -IV. Selama tahapan ini, dilakukan monitoring terhadap kegiatan mitra. Hasil yang didapatkan adalah sebuah logo baru dan desain kemasan yang baru. Desain logo dan kemasan yang menarik ini tentunya mampu menggiring konsumen untuk membeli produk (Adani, 2020; Harsanto *et al.*, 2020). Selain itu, mitra juga mulai membuat konten promosi melalui berbagai media sosial dan membuat akun di salah satu marketplace. Konten promosi yang dilakukan secara konsisten dan tepat sasaran menjadi sebuah peluang untuk memperkenalkan produk kepada khalayak yang lebih luas (Alamanda, 2022) serta berdampak positif terhadap jumlah konsumen (Fransisca *et al.*, 2022). Selain konten promosi, membuka akun di salah satu marketplace juga merupakan langkah strategis yang dilakukan mitra. Tren kegiatan jual beli secara online yang semakin marak (Rahayu & Syam, 2021) sehingga diperlukan inovasi khusus untuk mengikuti perkembangan tersebut.

Kegiatan PKM ini telah terlaksana dengan baik, sesuai dengan hasil angket keterlaksanaan yang mendapatkan hasil 60% responden menanggapi dengan baik dan 40% lainnya menanggapi dengan sangat baik. Hal ini juga ditunjang dengan hasil wawancara terhadap pemilik PIRT. Narasumber menyatakan bahwa dengan menggunakan alat produksi berbasis IPTEK dapat mempercepat proses produksi sehingga produk yang dihasilkan menjadi lebih banyak dari sebelumnya. Selain itu inovasi terhadap desain produk dan kemasan produk juga berdampak positif terhadap peningkatan jumlah konsumen. Konsumen menyukai desain produk yang baru dan tidak khawatir jika melakukan pembelian dari luar kota karena kemasan yang aman. Kemudian dengan adanya akun pada *marketplace*, kegiatan pemasaran mampu mencapai konsumen di luar kota atau bahkan luar pulau.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada kelompok industri rumah tangga keripik tempe telah terlaksana sepenuhnya. Respon keterlaksanaan kegiatan mendapatkan hasil 60% responden menanggapi dengan baik dan 40% lainnya menanggapi dengan sangat baik. Pelatihan dan pendampingan dilakukan pada mitra terkait proses produksi, promosi, pemasaran, dan analisis pasar. Hasil yang didapatkan adalah peningkatan keterampilan mitra, kemampuan memproduksi berbasis IPTEK dengan lebih optimal, desain produk dan kemasan baru yang lebih modern, konsistensi membuat konten promosi melalui media sosial, serta pembuatan akun di salah satu marketplace, sehingga PIRT keripik tempe mampu meningkatkan penjualan.

Acknowledgement

Ucapan terimakasih disampaikan kepada LPPM Universitas Terbuka yang telah berkontribusi dalam pendanaan kegiatan pengabdian ini, serta untuk tempat produksi pangan industri rumah tangga ibu Nur Aini sebagai mitra dalam kegiatan pengabdian ini yang telah bekerjasama dengan baik hingga akhir kegiatan.

Daftar Pustaka

- Adani, M. L. (2020). LKP: Perancangan Desain Label Kemasan Produk Kunir Asem Hj. Maimunah sebagai Upaya Meningkatkan Minat Konsumen. Universitas Dinamika.
- Alamanda, A. R. (2022). Tiktok vs Instagram reels: platform untuk konten promosi bisnis fashion online. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(5), 6327–6334.
- Amrussalam, A., & Ariyanti, F. (2022). Pendampingan Pemanfaatan Limbah Sekbuk Kayu dalam Memperoleh Value Added yang Bernilai Ekonomis. *Jurnal Abdimas ADPI Sains Dan Teknologi*, 3(1), 47–53. <https://doi.org/10.47841/saintek.v3i1.127>
- Fransisca, F., Salim, Y., Kurniawan, V. F., Sulystio, G., & Jayanti, M. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran dan Promosi terhadap Usaha Mikro W&A Laundry Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Cianjur Jawa Barat. *Intervensi Komunitas*, 3(2), 112–119. <https://doi.org/10.32546/ik.v3i2.1544>
- Halim, Y., Soedirga, L. C., Handayani, R., & Siregar, T. M. (2021). Pelatihan Pembuatan Biskuit Dan Cookies Berbasis Pakcoy Di Kelompok Wanita Tani Dumay, Tangerang Selatan. *Jurnal PkM Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 138. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v4i2.6363>
- Harsanto, P. W., Suwarno, S., & Jakti, J. W. (2020). Kajian Desain Kemasan Minuman Mineral Terhadap Tingkat Keputusan Konsumen Dalam Pembelian. digilib.isi.ac.id
- Kwuta, E. K. B., Sasongko, T., & Budi, C. S. K. (2020). Analisis Rasio Profitabilitas Dalam Mengukur Kinerja Keuangan Pada Home Industri Keripik Tempe Sari Rasa Malang [Dissertation].
- Lestari, N. T., & Ulya, H. N. M. (2021). Upaya Peningkatan Penjualan Melalui Strategi Labeling Usaha Keripik Tempe di Desa Glonggong. *Abdimas Indonesian Journal*, 1(1), 19–34.
- Mayoux. (2005). Participatory Action Learning System: An Empowering Approach to Monitoring, Evaluation, and impact assessment. [www.enterprise-impact.org.uk].

- Priyandoko, G., Rofii, F., & Sujianto, A. T. (2020). Program Kemitraan Masyarakat Universitas Widyagama Malang Pada Usaha Peningkatan Industri Rumah Tangga Keripik Tempe Pemula. *JAST: Jurnal Aplikasi Sains Dan Teknologi*, 4(1), 61. <https://doi.org/10.33366/jast.v4i1.1591>
- Rahayu, E. L. B., & Syam, N. (2021). Digitalisasi Aktivitas Jual Beli di Masyarakat: Perspektif Teori Perubahan Sosial. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 672-685. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v4i2.1303>
- Santhanalakshmi, M. P. (2021). Impact of Peer Assisted Learning Strategy (PALS) for Learning Enhancement of Students at Secondary Level. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(10), 7333-7336.
- Sueca, I. N., Artajaya, G. S., & Suardana, I. P. O. (2021). Pelatihan Pengembangan Entrepreneur Berbasis Potensi Diri Dalam Penguatan Karakter Generasi Milenial Di Yayasan Dvipantara Samskrtam. *Selaparang Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(3), 932. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i3.5417>
- Suratman, S., & Eriyanti, E. (2022). Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan. *In Prosiding Seminar Nasional Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang*.
- Wijaya, I. G. N. S., Ciptahadi, K. G. O., & Yasa, I. P. E. P. (2019). Pengembangan Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Tempe di Tabana. *Widyabhakti Jurnal Ilmiah Populer*, 1(2), 47-51.