

---

## **Penguatan Ekonomi Rumah Tangga Melalui Produksi dan Pemasaran Terasi di Desa Sungai Perlu**

Noor Hujjatusnaini<sup>1\*</sup>, Marsiah<sup>2</sup>, Mila<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Tadris Biologi, IAIN Palangka Raya, Indonesia  
\* E-mail: [noor.hujjatusnaini@iain-palankaraya.ac.id](mailto:noor.hujjatusnaini@iain-palankaraya.ac.id)

---

### **Abstrak**

#### **Sejarah Artikel**

Diterima : 29 September 2024  
Disetujui : 21 April 2025  
Dipublikasikan : 15 April 2025

---

**Kata kunci:** Produksi. Terasi.  
Sungai Perlu

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan produksi serta pemasaran terasi di Desa Sungai Perlu. Terasi merupakan salah satu produk lokal yang memiliki potensi ekonomi tinggi, namun belum dikelola secara optimal oleh masyarakat. Penelitian ini dilakukan melalui tiga tahap: observasi awal untuk mengidentifikasi kebutuhan masyarakat, pelaksanaan kegiatan pelatihan produksi dan pemasaran terasi, serta evaluasi dampak program. Data dikumpulkan melalui wawancara, pengukuran pengetahuan, dan analisis penjualan sebelum dan sesudah pelatihan. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan pengetahuan peserta tentang teknik produksi terasi dari 40% menjadi 90%, serta peningkatan penggunaan media sosial untuk pemasaran dari 20% menjadi 80%. Rata-rata penjualan terasi juga meningkat sebesar 50%, dan kepercayaan diri peserta dalam pemasaran meningkat dari 30% menjadi 90%. Program pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan keterampilan dan pengetahuan masyarakat dalam produksi dan pemasaran terasi, yang berdampak positif terhadap pendapatan rumah tangga. Dengan demikian, pelatihan ini dapat dijadikan model untuk inisiatif pemberdayaan masyarakat lainnya. Temuan utama dari penelitian ini adalah bahwa peningkatan keterampilan produksi dan pemasaran dapat memberdayakan masyarakat secara ekonomi dan sosial. Keberhasilan program ini menunjukkan pentingnya pelatihan yang tepat untuk meningkatkan kualitas produk lokal dan daya saing di pasar.

---

### **Abstract**

**Keywords:** Production. Terasi.  
Sungai Perlu

*This community service program aimed to enhance the knowledge and skills of residents in Sungai Perlu Village in the production and marketing of terasi (shrimp paste), a local product with high economic potential that has not yet been optimally managed. The program was implemented in three stages: an initial observation to identify community needs, training sessions in terasi production and marketing, and an evaluation of the program's impact. Data were collected through interviews, knowledge assessments, and sales analyses before and after the training. The results showed an improvement in participants' understanding of terasi production techniques, from 40% to 90%, and use of social media for marketing, from 20% to 80%. Additionally, the average sales of terasi increased by 50%, and participants' confidence in marketing rose from 30% to 90%. This community service program successfully enhanced the community's knowledge and skills in terasi production and marketing, which positively impacted their household income. Thus, this training can serve as a model for other community empowerment initiatives. The main finding of this program highlights that improving production and marketing skills can economically and socially empower communities. The success of this program highlights the importance of appropriate training in enhancing the quality and the market competitiveness of local products.*

---

## PENDAHULUAN

Pengembangan ekonomi berbasis potensi lokal menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan. Menurut Widjajanti (2019), pemberdayaan masyarakat lokal dengan memanfaatkan sumber daya alam yang ada dapat meningkatkan pendapatan masyarakat secara berkelanjutan. Desa Sungai Perlu merupakan salah satu desa yang memiliki potensi besar dalam produksi terasi, sebuah produk olahan hasil laut yang telah menjadi komoditas unggulan di daerah tersebut. Terasi, sebagai bahan pangan yang banyak dikonsumsi masyarakat, tidak hanya berperan dalam menunjang kebutuhan pangan lokal, tetapi juga memiliki nilai ekonomi yang signifikan apabila dikelola dengan baik dalam skala komersial (Kusumawati, 2021).

Produksi terasi di Desa Sungai Perlu telah berlangsung secara turun-temurun, namun tantangan dalam hal kualitas produksi, manajemen pemasaran, serta akses ke pasar yang lebih luas masih menjadi kendala utama bagi para pelaku usaha lokal. Keterbatasan ini berdampak pada stagnasi pendapatan masyarakat yang mengandalkan produksi terasi sebagai sumber ekonomi utama. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati dan Sari (2020), peningkatan keterampilan produksi dan pemasaran produk olahan tradisional di pedesaan berkontribusi secara langsung pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat Desa Sungai Perlu melalui peningkatan keterampilan produksi terasi yang berdaya saing serta penerapan strategi pemasaran yang lebih efektif. Sejalan dengan temuan Yuliani dan Suharto (2021), peningkatan keterampilan produksi yang didukung oleh strategi pemasaran yang tepat akan memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan ekonomi lokal. Dengan demikian, diharapkan pendapatan rumah tangga dapat meningkat seiring dengan semakin optimalnya pengelolaan usaha terasi oleh masyarakat setempat.

Selain itu, pengabdian ini juga berusaha memperkenalkan teknologi sederhana dalam pengolahan terasi serta memperluas jaringan pemasaran, baik di tingkat lokal maupun regional. Berdasarkan penelitian Triana (2022), penerapan teknologi sederhana dalam pengolahan produk pangan tradisional telah terbukti mampu meningkatkan produktivitas dan kualitas produk. Melalui sinergi antara peningkatan keterampilan produksi dan strategi pemasaran yang tepat, program ini diharapkan mampu memberikan dampak jangka panjang bagi kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Sungai Perlu

## METODE PELAKSANAAN

### a. Desain Kegiatan

Kegiatan ini didesain menggunakan *Community Action Research* yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat melalui peningkatan keterampilan produksi dan pemasaran terasi. Metode ini dipilih agar masyarakat dapat terlibat secara langsung dalam proses penelitian dan implementasi, serta untuk memastikan bahwa intervensi yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi lokal.

### b. Waktu dan Lokasi Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Sungai Perlu, yang merupakan desa dengan potensi besar dalam produksi terasi. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan adanya sumber daya alam yang melimpah serta keinginan masyarakat untuk meningkatkan ekonomi rumah tangga melalui produksi terasi. Kegiatan ini dilaksanakan selama 3 bulan, dimulai dari bulan Januari hingga Maret 2024. Kegiatan dibagi menjadi beberapa tahap, dengan setiap tahap berlangsung selama satu bulan. Kegiatan dilakukan di Desa Sungai Perlu, yang meliputi lokasi produksi terasi dan tempat pelatihan di balai desa.

### c. Subyek Kegiatan

adalah kelompok masyarakat yang terlibat dalam produksi terasi di Desa Sungai Perlu. Pengambilan sampel dilakukan secara purposive, yaitu dengan memilih responden yang merupakan pelaku usaha terasi aktif dan memiliki minat untuk meningkatkan keterampilan serta jaringan pemasaran.

### d. Alat dan Bahan yang digunakan

kegiatan pengabdian masyarakat ini, sejumlah alat dan bahan diperlukan untuk mendukung proses produksi terasi yang berkualitas. Alat utama yang digunakan mencakup kompor gas untuk memasak, panci besar untuk memasak ikan, dan wadah untuk pengolahan terasi. Selain itu, timbangan digital digunakan untuk memastikan takaran bahan baku yang tepat, sedangkan alat pemotong seperti pisau dan talenan diperlukan untuk mempersiapkan bahan. Untuk kemasan, alat seperti segel dan label sangat penting dalam memasarkan produk terasi dengan baik. Dari segi bahan, ikan segar merupakan bahan baku utama dalam pembuatan terasi, sementara garam digunakan sebagai bumbu dasar untuk proses fermentasi. Bahan tambahan, seperti bumbu lainnya, juga dapat digunakan untuk meningkatkan cita rasa terasi yang dihasilkan. Kombinasi alat dan bahan ini dirancang untuk mendukung peningkatan kualitas produk dan efektivitas proses produksi, sehingga dapat memenuhi standar yang diharapkan dalam pemasaran.

#### e. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan dijabarkan dalam Tabel 1 berikut:

**Tabel 1.** Pelaksanaan Kegiatan

<b>Tahapan Kegiatan</b>	<b>Deskripsi</b>
Pengumpulan data awal	Mengumpulkan informasi dasar melalui wawancara dengan pelaku usaha terasi dan observasi di lapangan untuk memahami kondisi produksi dan pemasaran terasi saat ini. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi masalah dan kebutuhan yang ada
Pelatihan Produksi	Mengadakan sesi pelatihan mengenai teknik pembuatan terasi yang berkualitas. Kegiatan ini mencakup: <ul style="list-style-type: none"><li>• Memilih bahan baku yang tepat</li><li>• Proses pengolahan terasi</li><li>• Penerapan standar kebersihan dalam produksi.</li></ul>
Praktik Produksi	Peserta melakukan praktik langsung membuat terasi di bawah bimbingan instruktur. Hal ini bertujuan untuk memperkuat pemahaman mereka tentang proses produksi dan meningkatkan keterampilan praktis
Pelatihan Pemasaran	Mengajarkan strategi pemasaran yang efektif, termasuk penggunaan media sosial, teknik promosi, dan penentuan harga. Kegiatan ini membantu peserta untuk memahami cara menjangkau pasar yang lebih luas
Implementasi Pemasaran	Masyarakat menerapkan strategi pemasaran yang telah dipelajari, seperti memasarkan produk terasi melalui media sosial dan dalam acara pasar lokal. Ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan.
Evaluasi Dampak	Melakukan evaluasi untuk mengukur dampak pelatihan terhadap peningkatan keterampilan dan pendapatan masyarakat. Data dikumpulkan melalui survei dan wawancara setelah pelaksanaan kegiatan

#### f. Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui beberapa teknik, antara lain:

- Wawancara: Melakukan wawancara mendalam dengan pelaku usaha terasi untuk mendapatkan informasi mengenai proses produksi, tantangan yang dihadapi, dan strategi pemasaran yang telah diterapkan.
- Observasi: Mengamati langsung proses produksi terasi di lapangan untuk memahami praktik yang dilakukan oleh masyarakat.
- Diskusi Kelompok Terarah (*Focus Group Discussion*): Mengadakan diskusi kelompok dengan pelaku usaha untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi dan menggali solusi bersama

### **g. Analisa Data**

Analisis data dilakukan dengan pengumpulan data, dimana data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan evaluasi survei. Data selanjutnya dianalisis secara deskriptif menggunakan kategorisasi dan triangulasi untuk memastikan keakuratan informasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan ini dibagi atas 3 tahapan, meliputi tahap observasi awal, tahap pelaksanaan kegiatan, dan tahap evaluasi.

### **a. Tahap Observasi Awal**

Pada tahap ini, dilakukan pengamatan untuk memahami kondisi awal masyarakat Desa Sungai Perlu terkait pengetahuan, keterampilan, dan praktik pemasaran terasi. Observasi ini mencakup:

- Wawancara dengan masyarakat untuk mengetahui pengetahuan mereka tentang produksi terasi dan metode pemasaran yang digunakan.
- Pengumpulan data mengenai pendapatan rumah tangga sebelum program dimulai.
- Identifikasi kebutuhan pelatihan yang dapat membantu meningkatkan keterampilan dan pengetahuan masyarakat dalam produksi dan pemasaran terasi.



**Gambar 1.** Observasi Awal

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa pengetahuan tentang produksi terasi masih rendah, dengan sebagian besar masyarakat belum memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk mereka.

### **b. Tahap Pelaksanaan Kegiatan**

Setelah melakukan observasi awal, dilakukan pelaksanaan kegiatan pelatihan yang terdiri dari pelatihan Produksi Terasi: Mengajarkan teknik pembuatan terasi yang baik dan benar, serta meningkatkan kualitas produk. Pelatihan ini mencakup teori dan praktik langsung. Pada kegiatan ini, peserta didampingi secara intensif oleh tim pengabdian masyarakat yang terdiri dari dosen dan mahasiswa pendamping, serta melibatkan narasumber ahli dari UMKM binaan yang telah

sukses dalam bidang pengolahan hasil laut. Para mentor memberikan panduan teknis, melakukan demonstrasi, dan membimbing peserta saat praktik produksi.

Pada sesi ini, peserta diajarkan strategi pemasaran produk secara konvensional dan digital, dengan penekanan pada penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan perluasan jangkauan pasar. Pelatihan pemasaran dimoderatori oleh anggota tim pengabdian dan menghadirkan praktisi pemasaran digital lokal sebagai narasumber eksternal. Peserta diberi kesempatan untuk mempraktikkan secara langsung pembuatan konten promosi, penggunaan platform media sosial (seperti Instagram dan WhatsApp Business), serta simulasi penjualan

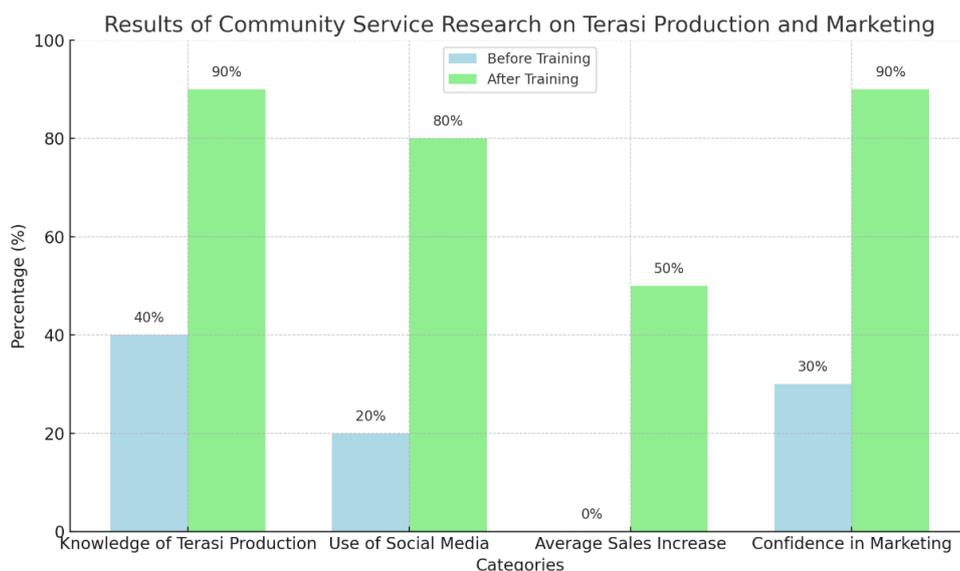


**Gambar 2.** Pengolahan dan Pengemasan Terasi

Pelatihan pemasaran mengajarkan strategi pemasaran, termasuk penggunaan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Masyarakat diberikan kesempatan untuk mempraktikkan apa yang telah dipelajari dalam pelatihan. Pada tahap ini, partisipasi masyarakat sangat aktif, dan mereka menunjukkan antusiasme untuk belajar serta menerapkan keterampilan baru yang diperoleh.

### c. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan dengan pengumpulan data respon masyarakat selama kegiatan dengan indikator *knowledge of terasi production, use of social media, average sales increase* dan *confidence in marketing*. Data yang dikumpulkan dalam pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa pelaksanaan program pengabdian masyarakat dalam produksi dan pemasaran terasi berhasil meningkatkan keterampilan dan pendapatan rumah tangga di Desa Sungai Perlu. Setelah dilakukan pelatihan produksi, peserta mengalami peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam pengolahan terasi. Sebelum pelatihan, hanya 40% peserta yang mengetahui teknik pembuatan terasi yang baik, sedangkan setelah pelatihan, angka ini meningkat menjadi 90%, sebagaimana tampak dalam Gambar 3.



**Gambar 3.** Produksi dan Pemasaran Terasi Di Desa Sungai Perlu

Grafik pada Gambar 3 menggambarkan kegiatan pengabdian masyarakat terkait produksi dan pemasaran terasi di Desa Sungai Perlu. Grafik ini menunjukkan persentase perubahan dalam beberapa kategori sebelum dan setelah pelatihan: *Knowledge of Terasi Production* mengalami peningkatan dari 40% menjadi 90%. *Use of Social Media* juga meningkat dari 20% menjadi 80%. Indikator *Average Sales Increase* meningkat dengan rata-rata penjualan sebesar 50% setelah pelatihan. Sedangkan *Confidence in Marketing* meningkat dari 30% menjadi 90%. Grafik ini memberikan visualisasi yang jelas mengenai dampak positif dari program pengabdian masyarakat dalam meningkatkan keterampilan dan pendapatan masyarakat

Dalam hal pemasaran, peserta juga menunjukkan perubahan signifikan. Sebelum program, sebagian besar pelaku usaha terasi hanya mengandalkan pemasaran lokal dan belum memanfaatkan platform digital. Setelah pelatihan pemasaran, 80% peserta mulai menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk mereka, yang mengakibatkan peningkatan jangkauan pasar. Penjualan terasi meningkat rata-rata sebesar 50% dalam dua bulan setelah pelatihan, dengan beberapa peserta melaporkan peningkatan pendapatan hingga 70%.

Evaluasi dampak juga menunjukkan perubahan positif dalam sikap peserta terhadap produksi dan pemasaran. Sebelum intervensi, peserta merasa kurang percaya diri dalam menjual produk mereka; namun, setelah pelatihan, mereka menjadi lebih percaya diri dan termotivasi untuk mengembangkan usaha mereka lebih lanjut. Selain itu, umpan balik dari peserta menunjukkan kepuasan terhadap pelatihan yang diberikan. 95% peserta mengungkapkan bahwa pelatihan sangat bermanfaat dan berharap untuk mendapatkan pelatihan lanjutan mengenai inovasi produk dan pemasaran yang lebih lanjut. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa program pengabdian masyarakat ini tidak hanya berhasil dalam meningkatkan keterampilan produksi dan pemasaran

terasi, tetapi juga berdampak positif terhadap perekonomian rumah tangga masyarakat di Desa Sungai Perlu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pengabdian masyarakat yang berfokus pada produksi dan pemasaran terasi di Desa Sungai Perlu telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pengetahuan, keterampilan, dan pendapatan masyarakat. Peningkatan pengetahuan mengenai teknik pembuatan terasi dari 40% menjadi 90% mencerminkan efektivitas pelatihan yang diberikan. Pengetahuan yang lebih baik tentang proses produksi sangat penting dalam meningkatkan kualitas produk, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing di pasar. Penelitian oleh Sudirman dan Ali (2019) menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan dalam produksi dapat secara langsung berkontribusi pada peningkatan kualitas produk dan kepuasan konsumen.

Selain itu, peningkatan penggunaan media sosial dari 20% menjadi 80% menunjukkan bahwa peserta telah berhasil menerapkan strategi pemasaran yang dipelajari selama pelatihan. Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk telah terbukti meningkatkan jangkauan pasar dan menarik lebih banyak pelanggan. Menurut penelitian oleh Nurhasanah (2020), pemasaran digital dapat memperluas cakupan pasar bagi usaha kecil dan menengah, sehingga memungkinkan mereka untuk bersaing lebih efektif dengan produk-produk lain di pasar yang lebih luas. Pemasaran yang efektif tidak hanya berkontribusi pada peningkatan penjualan, tetapi juga membantu membangun merek dan reputasi produk di pasar yang lebih luas.

Peningkatan rata-rata penjualan sebesar 50% juga mencerminkan dampak positif dari pelatihan ini. Pendapatan yang lebih tinggi dari hasil penjualan terasi memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan ekonomi rumah tangga peserta. Menurut Hendra dan Setiawan (2021), program pelatihan yang berhasil dapat memberikan manfaat ekonomi yang berkelanjutan bagi masyarakat, terutama dalam meningkatkan pendapatan mereka. Hal ini diperkuat oleh penelitian oleh Widiastuti dan Rahmawati (2022), yang menunjukkan bahwa peningkatan keterampilan produksi diikuti oleh peningkatan signifikan dalam pendapatan masyarakat.

Selanjutnya, peningkatan kepercayaan diri peserta dalam pemasaran dari 30% menjadi 90% menunjukkan perubahan sikap yang signifikan. Kepercayaan diri adalah faktor penting dalam keberhasilan pemasaran, karena individu yang percaya diri lebih cenderung untuk mengambil inisiatif dalam menjual produk mereka dan berinteraksi dengan pelanggan. Sari dan Supriyanto (2018) menjelaskan bahwa kepercayaan diri dalam pemasaran dapat mendorong individu untuk lebih aktif dalam berjualan dan berinovasi dalam strategi pemasaran.

Secara keseluruhan, program pengabdian masyarakat ini tidak hanya meningkatkan keterampilan produksi dan pemasaran, tetapi juga memberdayakan masyarakat dalam mengelola usaha mereka secara mandiri. Hasil ini sejalan dengan tujuan pengabdian masyarakat, yaitu meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat setempat melalui peningkatan keterampilan dan pengetahuan yang relevan. Selain itu, program serupa dapat dijadikan model untuk

pengembangan usaha kecil lainnya di daerah pedesaan, seperti yang diungkapkan oleh Junaidi et al. (2023) yang menyatakan bahwa pengembangan keterampilan melalui pelatihan dapat membantu meningkatkan ketahanan ekonomi masyarakat desa.

## **PENUTUP**

Program pengabdian masyarakat yang difokuskan pada produksi dan pemasaran terasi di Desa Sungai Perlu berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan pendapatan masyarakat. Peningkatan signifikan dalam pengetahuan produksi terasi, dari 40% menjadi 90%, menunjukkan efektivitas pelatihan yang diberikan. Selain itu, penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran meningkat dari 20% menjadi 80%, yang berkontribusi pada peningkatan penjualan rata-rata sebesar 50% setelah pelatihan. Kepercayaan diri peserta dalam melakukan pemasaran juga mengalami lonjakan dari 30% menjadi 90%, yang menunjukkan perubahan positif dalam sikap mereka terhadap penjualan produk. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga memberdayakan peserta dalam mengelola usaha mereka secara lebih mandiri dan percaya diri. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat ini telah memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi ekonomi rumah tangga di Desa Sungai Perlu. Program serupa dapat menjadi model bagi inisiatif pemberdayaan masyarakat lainnya, dengan potensi untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat pedesaan melalui peningkatan keterampilan dan pengetahuan yang relevan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan lebih lanjut dalam bidang pelatihan kewirausahaan dan pemasaran di komunitas yang serupa.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini, termasuk masyarakat Desa Sungai Perlu, tim pengabdian, dan semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bimbingan. Tanpa kerja sama dan partisipasi aktif dari semua, kegiatan ini tidak akan terlaksana dengan baik. Semoga hasil dari program ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agriana, N. Hujjatusnaini. (2022) Pendampingan Permainan Playdough dari Tepung Untuk Meningkatkan Kreativitas Anak Sekolah Dasar di Kelurahan Habaring Hurung. *Abdimas Mandiri. Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2.(1) 60-66.
- Fatmawati, N. (2021). Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Penjualan Produk UMKM. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 5(1), 60-70.

- Hendra, M., & Setiawan, R. (2021). Pengaruh Pelatihan Terhadap Peningkatan Keterampilan dan Pendapatan Masyarakat. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 99-110.
- Hujjatusnaini, F. Nurohman. PU Khasanah, N. Rahmadiyah. (2022). Pendampingan Hafalan Surah Pendek Santri di Musholla Nur Basyirah Kelurahan Kereng Bengkirai Kota Palangka Raya. *Tifani: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2(2). 8-13.
- Junaidi, R., Salim, A., & Iqbal, M. (2023). Model Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Melalui Pelatihan Keterampilan: Pendekatan Berbasis Komunitas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 55-70.
- Nisa, N. Hujjatusnaini (2022). Pendampingan Belajar Melalui Metode Permainan Edukatif Untuk Meningkatkan Kemampuan Literasi Sains Siswa Sekolah Dasar di kelurahan Habaring Hurung. *Jurnal Pendidikan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 3 (3). 156-165.
- Noor Hujjatusnaini & Mila (2024). Optimalisasi Potensi Siswa Magang Melalui Pendampingan Budidaya Hidroponik Sederhana Untuk Membangun *Entrepreneur Skill*. *Kapas: Kumpulan Artikel Pengabdian Masyarakat*. Vol. 3 No. 1. Hal. 1-12. E-ISSN: 2961-9637.
- Nurhasanah, L. (2020). Strategi Pemasaran Digital untuk Usaha Kecil Menengah di Era New Normal. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), 123-134.
- Maradona, N. Hujjatusnaini (2022). Pelatihan Pembuatan Lilin Aroma Terapi Ekstrak Serei Wangi dari Lilin Parafin Melalui Metode Demonstrasi Terbimbing Untuk Meningkatkan Kreativitas Remaja Karang Taruna Kelurahan Habaring Hurung. *Society : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(5), 264-271.
- Prasetyo, P. & Hujjatusnaini, N. (2022). Pemberdayaan Ibu-ibu PKK di Kelurahan Habaring Hurung untuk Meningkatkan Keterampilan Berwirausaha Melalui Pelatihan Pembuatan Kurma Tomat. *NAULI: Jurnal Pengabdian Masyarakat* Vol. 2 No. 1
- Sari, R., & Supriyanto, A. (2018). Pentingnya Kepercayaan Diri dalam Pemasaran Produk: Analisis pada UKM di Jakarta. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen*, 12(3), 205-215.
- Sudirman, A., & Ali, M. (2019). Pengembangan Kualitas Produk Melalui Pelatihan Kewirausahaan untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 22(1), 45-56.
- Widiastuti, E., & Rahmawati, D. (2022). Peningkatan Keterampilan Produksi Melalui Pelatihan dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Masyarakat Desa. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Sosial*, 4(2), 85-95.