

PROGRAM PENDAMPINGAN PACKAGING DAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM PRODUK RENGGINANG DI DESA MUKTIJAYA

Rini Novianti Yusuf^{1*}, Desi Erlina Simamora², Yuli Robiatul Adawiah³, Sarmini⁴, Raden Bagus Yudha Richwanto⁵

^{1,2,3,4,5}STIT Rakeyan Santang Karawang, Indonesia
rininovi48@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Usaha Mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan penopang ekonomi di Indonesia yang berkontribusi terhadap 23.89% GDP dan 93.78% total karyawan. Salah satu usaha UMKM yang berkembang pesat adalah di bidang kuliner. Rengginang NA Snack Emak Cimening merupakan salah satu UMKM di Dusun Tegaljaya Desa Muktijaya Kecamatan Cilamaya Kulon, Kabupaten Karawang. Rengginang NA Snack Emak Cimening merupakan usaha rumahan sehingga dikelola dengan sangat sederhana. Tujuan pengabdian adalah untuk melakukan program pendampingan packaging dan digital marketing pada UMKM produk rengginang di Desa Muktijaya. Metode pelaksanaan pengabdian yakni dengan 3 tahapan yakni tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan terlihat bahwa Packaging dan Pemasaran menjadi kendala utama mitra yang perlu diatasi saat ini. Aspek pemasaran mengandalkan menitipkan produk ke warung-warung terdekat sedangkan pengemasan dilakukan seadanya secara sederhana. Kelompok mahasiswa KKN mengajukan solusi atas permasalahan tersebut dengan diadakannya program pendampingan Packaging dan Digital Marketing. Hasil akhir kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mitra pengabdian dapat menerapkan pemasaran produk usahanya melalui Digital Marketing memanfaatkan media sosial dengan mengoptimalkan pemasaran melalui Whatsapp ,aplikasi Shopee, Facebook dan instagram. Dan terkait permasalahan Packaging kini produk mitra pengabdian sudah menerapkan Packaging yang menarik serta memiliki label sebagai keterangan pada produk.

Kata Kunci: Digital Marketing, Packaging, UMKM.

Abstract: Micro, small and medium enterprises (MSMEs) are the pillars of the economy in Indonesia, contributing 23.89% of GDP and 93.78% of total employees. One of the MSME businesses that is growing rapidly is in the culinary sector. Rengginang NA Snack Emak Cimening is one of the MSMEs in Tegaljaya Hamlet, Muktijaya Village, Cilamaya Kulon District, Karawang Regency. Rengginang NA Snack Emak Cimening is a home business so it is managed very simply. The aim of the service is to carry out a packaging and digital marketing assistance program for rengginang product MSMEs in Muktijaya Village. The method of implementing service is in 3 stages, namely the preparation stage, implementation stage and evaluation stage. Based on the results of the implementation of activities, it can be seen that Packaging and Marketing are the main obstacles for partners that need to be overcome at this time. The marketing aspect relies on entrusting products to nearby stalls while packaging is done simply. The KKN student group proposed a solution to this problem by holding a Packaging and Digital Marketing mentoring program. The final result of this community service activity is that service partners can implement marketing of their business products through Digital Marketing utilizing social media by optimizing marketing via Whatsapp, the Shopee application, Facebook and Instagram. And regarding packaging issues, now service partner products have implemented attractive packaging and have labels as information on the product.

Keywords: Digital Marketing, Packaging, MSMEs.

Article History:

Received: 12-07-2023
Revised : 19-08-2023
Accepted: 23-09-2023
Online : 31-10-2023

A. LATAR BELAKANG

Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian suatu negara dan memiliki peran yang signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, menggerakkan pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan kesejahteraan Masyarakat. Menurut (Arifudin, 2020) bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah bisnis yang memiliki skala kecil atau menengah dalam hal jumlah karyawan, omset dan aset.

Usaha Mikro, Kecil dan menengah merupakan salah satu dari sekian banyak kegiatan yang dapat dimanfaatkan dan diberdayakan. Dengan pemberdayaan UMKM dapat membantu Masyarakat untuk meningkatkan pendapatan dan mengurangi pengangguran. Upaya mendorong dan memotivasi masyarakat untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat bahwa banyak potensi yang dapat digali dan dikembangkan (Agustin dan Ulya, 2022). Secara umum UMKM merupakan kegiatan usaha yang dapat memperluas kesempatan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas kepada masyarakat serta dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Sedyastuti, 2018).

Melihat peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang penting dalam bidang perekonomian maka sudah seharusnya generasi muda saat ini turut membantu dalam pengembangan UMKM di Indonesia karena menjadi sentral dalam penghasil output hingga penyedia lapangan kerja bagi masyarakat Indonesia. Banyaknya permasalahan yang dialami oleh UMKM membuat perekonomian nasional tidak maksimal, sehingga UMKM di Indonesia perlu diberikan perhatian khusus melalui upaya pemberdayaan seperti pelatihan, pembinaan, pendampingan hingga pemberian fasilitas dan bantuan untuk menumbuhkan kemampuan daya saing para pelaku UMKM (Aina dkk, 2019). Pemberdayaan disebut sebagai sebuah kerjasama kolaboratif yang mana orang yang kurang berdaya atau lemah dalam sumber daya bernilai diharuskan untuk mengupgrade akses dan kontrol atas sumber daya untuk memecahkan masalah pribadi atau rakyat. sehingga dengan kolaborasi antara keduanya pihak yang diberdayakan mampu untuk mandiri dan melepaskan diri dari ketergantungan pihak lain.

Usaha Mikro kecil dan menengah (UMKM) salah satu usaha penggerak ekonomi negara. Peran UMKM pada perekonomian nasional terhitung cukup besar. Jumlah tersebut mencapai 99,9 persen dan penyerapan tenaga kerja mencapai 97 persen. Besarnya peran UMKM inilah yang kemudian menggerakkan pemerintah baik di tingkat pusat, provinsi dan kabupaten terus memberikan pendampingan. Salah satu UMKM yang ada di desa muktijaya yaitu usaha makanan ringan tradisional khususnya Rengginang, “Rengginang NA Snack emak Cimening” di produksinya ada di Dusun Tegaljaya, Desa. Muktijaya Kecamatan Cilamaya Kulon.

Rengginang NA snack emak Cimening ini merupakan usaha rumahan dengan sistem penjualan titip jual di warung-warung sekitar. Sistem penjualan yang masih terbatas ini juga dikarenakan oleh kemasan produk yang masih sangat sederhana. Kemasan produk yang digunakan adalah kemasan besek yang tidak diberi merk atau aksesoris apapun. Hal ini menjadikan konsumen jadi kurang tertarik untuk membeli, hasil penelitian menyebutkan bahwa tampilan kemasan yang sangat menarik bagi konsumen akan meningkatkan penjualan produk. Oleh karena itu, harus dilakukan

pendampingan dalam pemberdayaan masyarakat pada UMKM yang masih baru atau berkembang.

Menurut (Surya, 2023) pemberdayaan masyarakat ialah upaya memberikan daya kepada masyarakat agar mau dan mampu melakukan aktifitas positif yang bermanfaat bagi mereka. Sejalan dengan itu, menurut Endah dalam (Mayasari, 2023) bahwa pemberdayaan masyarakat intinya membangkitkan potensi yang ada dalam diri individu atau kelompok dengan memberikan dorongan, memberikan kesadaran akan potensi yang dimiliki orang atau kelompok tersebut dengan tujuan pemberdayaan mengarah kepada keadaan capaian atau yang ingin dihasilkan ke arah perubahan masyarakat yang berdaya guna dan memiliki kemampuan dalam merubah dan memperbaiki kehidupan sosial ekonomi masyarakatnya.

Pendampingan pemberdayaan masyarakat menjadi salah satu strategi penting dalam mengembangkan perekonomian desa yang berkelanjutan dan inklusif, di mana masyarakat desa dapat memperoleh manfaat ekonomi yang lebih besar dan memperbaiki kualitas hidup mereka (Rahayu & Febrina., 2021). Melalui pendampingan ini, masyarakat desa dapat diberdayakan untuk mengembangkan potensi lokal mereka dengan memanfaatkan sumber daya alam dan keunggulan kompetitif yang dimiliki, serta meningkatkan akses mereka ke pasar dan sumber daya lainnya (Suyatno & Suryani, 2022).

Pemberdayaan masyarakat merupakan suatu konsep yang sangat penting dalam pembangunan yang berkelanjutan. Konsep pemberdayaan masyarakat sendiri meliputi upaya-upaya untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian masyarakat agar mampu mengambil peran aktif dalam pembangunan di wilayahnya (Kusmana & Garis., 2019). Salah satu aspek yang sangat penting dalam pemberdayaan masyarakat adalah perekonomian, karena perekonomian yang baik dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat serta membuka peluang untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran (Amiin dkk, 2018). Dalam upaya untuk meningkatkan perekonomian masyarakat desa, diperlukan pendampingan yang baik dari pihak yang memiliki keahlian dan pengalaman dalam bidang pemberdayaan ekonomi (Tanan & Dhamayanti, 2020).

Dengan program pendampingan packaging dan digital marketing pada UMKM produk rengginang di Desa Muktijaya diharapkan dapat membantu perekonomian warga dan menambah pendapatan rumah tangga. Selain itu tim Pengabdian kepada Masyarakat bisa mengajarkan tentang pembukuan yang terdiri dari permodalan, pengeluaran dan pendapatan. Selain itu pemasaran produk juga menjadi salah satu yang terpenting dalam program pendampingan packaging dan digital marketing pada UMKM produk rengginang di Desa Muktijaya. Dalam hal pemasaran dan penjualan rengginang pengemasan dan logo juga merupakan hal yang penting untuk menjadi daya tarik sebuah produk. Desain kemasan dan logo kemasan dapat menjadi daya tarik iklan, dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian (Anugrahani dkk, 2020). Media promosi produk yang akan dipasarkan dapat digunakan dengan melakukan pengembangan desain kemasan dengan tampilan yang menarik (Agustina dkk, 2021).

Inovasi menurut (Ardiansyah, 2020) adalah penerapan secara praktis ide kreatif. Inovasi dapat diwujudkan dengan adanya kreativitas yang cukup tinggi. Kreativitas adalah kemampuan untuk menerapkan sesuatu yang baru ke dalam kehidupan kita.

Sedangkan menurut Hartini dalam (Sofyan, 2020) bahwa semakin tinggi inovasi produk dan inovasi proses, maka semakin tinggi pula kualitas produk.

Dalam kegiatan pengabdian ini, tim PkM menitikberatkan pada proses produksi. Menurut Mahfuz dalam (Engkus, 2019) bahwa produksi adalah kegiatan awal dalam aktivitas ekonomi. Sedangkan menurut Miller dan Mainers dalam (Taufiq, 2022) produksi diartikan sebagai penggunaan atau pemanfaatan sumber daya yang mengubah suatu komoditas menjadi komoditas lainnya yang sama sekali berbeda, baik dalam pengertian apa, kapan, dan di mana komoditas-komoditas tersebut dialokasikan, maupun dalam pengertian apa yang dikerjakan oleh konsumen terhadap komoditas itu.

Meski demikian, tim PkM juga menjelaskan kepada peserta pelatihan mengenai prospek usahanya. Menurut Kotler dalam (Hadiansah, 2021) bahwa inti dari pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Sehingga lebih lanjut ditegaskan bahwa pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Sebagai langkah awal, produk rengginang ini dipasarkan pada kegiatan bazar KKN Mahasiswa STIT Rakeyan Santang.

Untuk menunjang pemasaran di butuhkan pengemasan yang menarik para pelanggan. Yang bertujuan untuk menarik para konsumen yang tertarik pada produk yang di jual dan dapat meningkatkan harga jual, karna produk yang di jual juga haruslah memuaskan konsumen (Triharyanto, 2017). Maka dari itu, menurut (Tanjung, 2020) bahwa sangat dibutuhkan dorongan dan pendampingan untuk pengemasan produk (*packaging*) dan pemasaran. Para pelaku bisnis, kini tidak lagi hanya melakukan inovasi pada bagian inti produk mereka saja, namun sekarang para produsen juga kini telah melakukan inovasi terhadap kemasan produk mereka. Hal ini dialakukan karena para produsen telah menyadari bahwa kemasan merupakan salah satu komponen yang penting baik untuk meningkatkan penjualan dan juga untuk menunjukkan citra perusahaan (*corporate image*) maupun citra merek (*brand image*) mereka, karena kemasan merupakan hal yang pertama kali disentuh atau dilihat oleh konsumen dalam memilih suatu produk, jika kemasannya bagus dan menarik, tentu konsumen akan mendekat, meraih serta melihat dengan lebih dekat dan detail produk yang sedang ditawarkan. Menurut (Shavab, 2021) bahwa kemasan yang baik dan menarik dapat menciptakan dorongan untuk membeli.

Berdasarkan beberapa pengertian kemasan di atas, penulis menyimpulkan bahwa kemasan adalah wadah produk yang dibuat atau di desain dengan sistem terpadu untuk melindungi, mengawetkan, dan menyiapkan produk untuk pengangkutan dengan penampilan fisik yang menarik seperti warna, bentuk, label, dan bahan yang digunakan. Perbaikan pada kemasan ini diharapkan dapat meningkatkan daya jual produk dalam rangka meningkatkan ekonomi masyarakat secara khusus ekonomi keluarga.

Menurut Widodo dalam (Athik Hidayatul Ummah, 2021) bahwa pelatihan merupakan serangkaian aktivitas individu dalam meningkatkan keahlian dan pengetahuan secara sistematis sehingga mampu memiliki kinerja yang profesional di bidangnya. Pelatihan adalah proses pembelajaran yang memungkinkan pegawai melaksanakan pekerjaan yang sekarang sesuai dengan standar. Menurut Rachmawati dalam (Bairizki, 2021), pelatihan merupakan wadah lingkungan bagi karyawan, di mana

mereka memperoleh atau mempelajari sikap, kemampuan, keahlian, pengetahuan, dan perilaku spesifik yang berkaitan dengan pekerjaan. Menurut Rivai dan Sagala dikutip (Silaen, 2021), pelatihan adalah proses secara sistematis mengubah tingkah laku pegawai untuk mencapai tujuan organisasi. Pelatihan berkaitan dengan keahlian dan kemampuan pegawai untuk melaksanakan pekerjaan saat ini. Dari beberapa pengertian diatas, pelatihan adalah sebuah proses untuk meningkatkan kompetensi karyawan dan dapat melatih kemampuan, keterampilan, keahlian dan pengetahuan karyawan guna melaksanakan pekerjaan secara efektifitas dan efisien untuk mencapai tujuan di suatu perusahaan.

Perkembangan teknologi dan informasi juga sangat berpengaruh pada kegiatan pemasaran dalam bidang apapun (Nasser, 2021). Pemasaran dahulu yang masih tradisional yang mengedepankan ruang beralih dengan pemasaran digital (*digital marketing*) dengan menggunakan aplikasi. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya yaitu kecanggihan teknologi dan pergeseran gaya hidup masyarakat. Kemudahan pemasaran dengan aplikasi digital membuat semuanya menjadi mudah dan tidak terbatas ruang dan waktu. Salah satu permasalahan yang terjadi dengan *Digital Marketing* ini yaitu kesiapan masyarakat dalam perubahan hal ini. Masih banyak masyarakat yang belum siap dan memanfaatkan *Digital Marketing* ini.

Rusmanto dalam (Labetubun, 2021) bahwa *Digital Marketing* merupakan promosi produk atau merk melalui satu atau lebih bentuk media elektronik. *Digital Marketing* sering di sebut juga *Online Marketing*, *Web Marketing* atau *Internet Marketing*. Menurut Yunus dalam (Fasa, 2020) bahwa *Digital Marketing* (Pemasaran Digital) yaitu kegiatan pemasaran yang memanfaatkan media digital untuk berkomunikasi dengan pelanggan atau calon pelanggan. Media digital dapat beragam, disesuaikan dengan kepentingan pemasar (Siregar, 2021).

Ada dua istilah dalam kosakata ekonomi keluarga, yaitu ekonomi dan keluarga. Perekonomian didefinisikan sebagai tindakan setiap orang, baik secara individu maupun kolektif, dalam rangka mencapai kebutuhan dasar mereka. Keluarga adalah kelompok orang yang berbagi hubungan sosiobiologis melalui pernikahan, kelahiran, atau adopsi, tetapi tidak hidup bersama dan yang menyatukan sumber daya mereka (secara kolektif) untuk mencapai tujuan bersama (Doriza, 2015).

Gunartin dalam (Sudirman, 2020) bahwa ekonomi keluarga merupakan salah satu disiplin ilmu ekonomi yang menitikberatkan pada unit ekonomi terkecil dan keterlibatannya dalam perjuangan mengangkat manusia dari kemiskinan. Selain itu, menurut (Arifudin, 2019) bahwa ekonomi keluarga memiliki dampak yang signifikan terhadap kemampuan anggota keluarga untuk memenuhi kebutuhan mereka secara berkelanjutan, yang merupakan pertumbuhan ekonomi keluarga. Menurut (Tanjung, 2019) bahwa untuk mencapai kedudukan yang stabil dalam perekonomian keluarga, harus dilakukan upaya untuk terus meningkatkan pendapatan dan memanfaatkannya seefisien mungkin untuk memenuhi kebutuhan, dengan menyisakan sebagian surplus untuk ditabung dan investasi secara berkelanjutan.

Doriza dikutip (Arifudin, 2018) bahwa keluarga harus memiliki pilihan kesejahteraan yang berbeda untuk meningkatkan kesejahteraan. Tanpa adanya sumber daya keluarga tidak akan dapat berjalan dan mungkin setiap anggota akan menderita kehancuran. Atau jika tidak hancur, anggota keluarga akan bergabung dengan rumah tangga lain yang mempunyai sumber daya lebih. Gunartin dikutip (Damayanti, 2020)

bahwa peningkatan ekonomi keluarga dapat diwujudkan apabila: 1) Anggota keluarga memiliki kesadaran yang mendorong pencapaian peningkatan ekonomi, 2) Semua anggota keluarga memiliki perilaku jujur, berkomitmen, terbuka, disiplin, dan bertanggung jawab serta mampu bekerja sama untuk satu tujuan yang meningkatkan ekonomi keluarga, 3) Memberdayakan kemampuan atau potensi yang dimiliki keluarga dengan harapan dapat meningkatkan pendapatan, 4) Memanfaatkan alokasi sumber daya ekonomi dalam keluarga sesuai dengan kebutuhan, bukan keinginan, serta 5) Setiap anggota keluarga berkomitmen untuk mempertahankan pengaruh sebanyak mungkin terhadap ekonomi keluarga.

Akibatnya, ekonomi keluarga dapat didefinisikan sebagai studi tentang upaya manusia untuk memenuhi kebutuhannya melalui tindakan yang dilakukan oleh seseorang yang bertanggung jawab atas keinginan dan kepuasannya. Ekonomi berkontribusi pada upaya untuk membebaskan umat manusia dari kemiskinan. Dengan ekonomi yang cukup atau bahkan lebih unggul, seseorang dapat hidup dalam kekayaan dan ketenangan, yang berarti bahwa mereka yang berjiwa tenang memiliki peluang besar untuk mencapai kehidupan yang lebih baik juga (Megi dkk, 2020).

Soerjono dalam (Fikriyah, 2022) pengertian kalimat “status ekonomi keluarga” Status berarti keadaan atau kedudukan (orang, badan) dalam berhubungan dengan masyarakat di sekelilingnya. Ekonomi berarti urusan keuangan rumah tangga (organisasi, negara) di masyarakat istilah ekonomi biasanya berhubungan dengan permasalahan kaya dan miskin, keluarga berarti ibu bapak dan anak-anaknya satuan kekerabatan yang mendasar dalam masyarakat. Status sosial pada ekonomi keluarga ini pada setiap lingkungan masyarakat dengan sengaja atau tidak sengaja terbentuk dengan sendirinya (Ulfah, 2011) dalam kontek ini mengutip keterangan Aris toteles: “Bawa di dalam tiap-tiap negara terdapat tiga unsur, yaitu mereka yang kaya sekali, mereka yang melarat dan mereka yang ada di tengah-tengahnya”.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka perlu adanya pendampingan usaha terutama dalam memberikan informasi tentang kemasan yang menarik dan model penjualan berbasis teknologi atau dengan *Digital Marketing*.

B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program pengabdian yang dilakukan dalam program pendampingan packaging dan *digital marketing* pada UMKM produk rengginang di Desa Muktijaya yang dilakukan dengan beberapa tahapan pelaksanaan program. Menurut (Arifudin, 2023) bahwa pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan dalam rangka memberikan rekomendasi perbaikan pada mitra pengabdian masyarakat. Adapun tahapan pelaksanaan program pengabdian masyarakat yaitu sebagai berikut:

Tahapan Persiapan

Pada tahapan ini menurut (Haris, 2023) bahwa dalam rangka mempersiapkan seluruh kegiatan dari pengabdian kepada masyarakat. Pada tahap ini ada beberapa hal yang dilakukan, diantaranya: (a) melakukan koordinasi internal: kegiatan ini dilakukan oleh tim guna membahas tentang perencanaan secara konseptual dan operasional; (b) koordinasi secara eksternal: kegiatan ini dilakukan dengan pihak sekolah mitra terkait; (c) penyusunan instrumen kegiatan pengabdian seperti, presensi,

PPT, media diskusi dan sebagainya; dan (d) persiapan mengenai tempat / lokasi kegiatan, dokumentasi dan persiapan teknis lainnya.

Tahap Pelaksanaan

Pada tahapan ini menurut (Fitria, 2020) bahwa seluruh aktifitas-aktifitas dari pengabdian masyarakat sesuai dengan tahapan awal. Ini merupakan tahap training atau pelatihan yang dilaksanakan dengan mencangkup hal-hal berikut: (a) *Focus Group Discussion* (FGD); (b) Pelatihan dengan *role play*; (c) pendampingan penerapan program.

Tahap Evaluasi

Pada tahap ini menurut (Tanjung, 2023) bahwa merupakan tahapan dalam rangka menilai sejauh mana pelaksanaan pengabdian dan indikator ketercapaian kegiatan yang dirasakan oleh masyarakat. Tahap ketiga ini merupakan tahap tindak lanjut, meliputi: (a) evaluasi serta refleksi terhadap program; (b) pengembangan modul proyek; dan (c) tindak lanjut berupa pendampingan dan layanan terpadu.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Muktijaya merupakan salah satu desa di kecamatan cilamaya kulon, kabupaten karawang. Pengabdian ini di awali dengan sosialisasi atau penyampaian materi tentang *Packagung* dan *Digital Marketing*, kepada pelaku UMKM. Yang dimaksud Pacakaging dan *Digital Marketing* disini, menjelaskan pengemasan yang menarik agar dari segi penjualan konsumen dan calon konsumen lebih menarik untuk membeli ketika melihat kemasannya. Dan dari segi penjualannya juga tidak hanya menitipkan ke warung-warung terdekat saja, tapi bisa menggunakan aplikasi yang ada di internet, web dll, agar mempermudah penjualannya.

Menurut Gagne dalam (Ulfah, 2023) bahwa hasil kegiatan yang dilakukan pada penelitian merupakan hasil kegiatan yang komplek, hasil belajar merupakan kapabilitas, setelah belajar siswa memiliki keterampilan, pengetahuan, sikap dan nilai. Timbulnya kapabilitas tersebut adalah simulasi yang berasal dari lingkungan dan proses kognitif yang dilakukan oleh siswa (pelajar). Sesuai dengan kegiatan pengabdian yang berjudul “program pendampingan packaging dan digital marketing pada UMKM produk rengginang di Desa Muktijaya”.

Kegiatan pendampingan pada membangun ekonomi keluarga melalui program pendampingan packaging dan digital marketing pada UMKM produk rengginang di Desa Muktijaya yang dilakukan dengan beberapa tahapan pelaksanaan program, yaitu sebagai berikut:

Tahap Persiapan

Sosialisasi dilakukan tentang pentingnya program pendampingan *packaging* dan *digital marketing* pada UMKM produk rengginang di Desa Muktijaya. Sosialisasi dilakukan dengan metode ceramah oleh salah satu anggota KKN. Pada kesempatan ini dijelaskan mengenai pentingnya program pendampingan packaging dan digital marketing pada UMKM produk rengginang di Desa Muktijaya.



Gambar 1.1 Tahap Persiapan PKM

Perencanaan dalam sebuah program menentukan keberhasilan dari sebuah program (Arifudin, 2021). Oleh karenanya, sangat penting direncanakan secara komprehensif pada pelatihan menciptakan peluang ekonomi mikro dari kerajinan bros kain perca di Desa Karangmulya mengikuti langkah berikut ini: 1) Melakukan diskusi dengan masyarakat pada lokasi pengabdian untuk membahas masalah yang akan dipecahkan, 2) Mengkaji kegiatan yang akan diberikan pada pengabdian ini, 3) Menentukan pokok bahasan yang akan diajarkan, 3) Mempersiapkan perangkat pembelajaran, yakni Rencana Pembelajaran, serta 4) Membuat format observasi untuk melihat bagaimana kondisi belajar mengajar di masyarakat.

Motivasi belajar merupakan faktor psikologis yang sangat besar pengaruhnya dalam melakukan aktivitas belajar, karena belajar itu tidak akan terjadi tanpa ada motivasi (Arifudin, 2022). Jadi, subjek belajar yang mengalami proses belajar, supaya berhasil perlu memperhatikan dan selalu mengembangkan motivasi dalam dirinya, sehingga antara tujuan dan harapan dapat tercapai secara maksimal, karena motivasi merupakan pendorong untuk melakukan suatu aktivitas.

Ada dua faktor yang mempengaruhi motivasi, Sardiman sebagaimana dikutip (Supriani, 2020) mengemukakan yaitu faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik. 1) Motivasi intrinsik, yaitu motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsi tidak perlu dirangsang dari luar, karena dalam diri setiap individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu, serta 2) Motivasi ekstrinsik, yaitu motif-motif yang aktif dan berfungsi karena adanya ransangan dari luar.

Menurut Dimiyanti sebagaimana dikutip (Ulfah, 2023) mengemukakan bahwa motivasi belajar penting bagi siswa karena 1) Menyadarkan kedudukan pada awal belajar, proses, dan hasil akhir, 2) Menginformasikan tentang kekuatan usaha belajar yang dibandingkan dengan teman sebaya, 3) Mengarahkan kegiatan belajar, 4) Membesarkan semangat belajar, serta 5) Menyadarkan tentang adanya perjalanan belajar dan kemudian belajar.

Keinginan untuk melakukan aktivitas belajar sangat penting dimiliki oleh setiap orang, karena tanpa motivasi belajar mustahil seorang hendaknya memiliki perencanaan dalam melakukan aktivitas belajar agar aktivitas belajarnya terarah secara baik. Sehingga pengabdian direncanakan sedemikian rupa agar tercapai sesuai tujuan program.

Tahap Pelaksanaan

Setelah sosialisasi, selanjutnya membantu pembuatan dan pengepakan “Rengginang emak Cimening”, dengan adanya mahasiswa KKN membantu pembuatan dan pengepakan pelaku UMKM sangat senang.



Gambar 1.2 Tahap Pelaksanaan PKM

Menurut Darmawan dalam (Mardizal, 2023) mengemukakan bahwa pada tahap pelaksanaan sangat penting untuk melakukan semuanya sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat, agar dapat sesuai dengan tujuan dari sebuah program. Pelaksanaan perlu dilakukan serinci mungkin agar tidak ada hal yang terlewat dari program yang dibuat.

Djamarah sebagaimana dikutip (Ulfah, 2022) mengemukakan bahwa prestasi belajar adalah hasil yang diproses, yang diperoleh berupa kesan-kesan yang mengakibatkan perubahan dalam diri individu sebagai hasil aktivitas belajarnya. Secara operasional tes merupakan alat atau prosedur yang digunakan untuk mengetahui atau mengukur sesuatu dalam suasana, dengan cara dan aturan-aturan yang sudah ditentukan atau sesuai dengan petunjuk yang diberikan. Lebih lanjut menurut (Ulfah, 2019) bahwa hasil belajar dimaksudkan untuk mengukur keberhasilan pembelajaran berkaitan dengan aspek-aspek kognitif dan aspek psikomotorik.

Hasil belajar dapat diketahui dengan jalan melakukan pengukuran yang dikenal dengan istilah pengukuran hasil belajar. Arikunto sebagaimana dikutip (Hanafiah, 2022) mengemukakan bahwa pengukuran hasil belajar ialah suatu tindakan atau kegiatan untuk melihat sejauh mana tujuan-tujuan instruksional dapat dicapai atau dikuasai oleh siswa setelah menempuh pengalaman belajarnya (proses belajar mengajar), termasuk pada kegiatan literasi pada masyarakat ini.

Pembelajaran dilaksanakan melalui pendekatan tematik. Untuk memperoleh hasil belajar yang optimal, tim PKM dituntut memilih metode yang tepat sehingga dapat membangkitkan motivasi belajar peserta agar tujuan pembelajaran dapat dicapai sesuai dengan kompetensi yang diharapkan (Mawati, 2023). Menurut (Ulfah, 2020) bahwa Guru diharapkan menggunakan multi metode dan berbagai model dan strategi pembelajaran secara bervariasi, misalnya ceramah, diskusi, kerja kelompok, demonstrasi dan lain-lain.

Sebagaimana dipahami bahwa setiap media pengajaran memiliki kelebihan masing-masing, maka diharapkan kepada guru agar menentukan pilihannya sesuai dengan kebutuhan pada saat pertemuan. Menurut (Ulfah, 2021) bahwa hal ini dimaksudkan agar penggunaan media tidak menjadi penghalang proses belajar mengajar

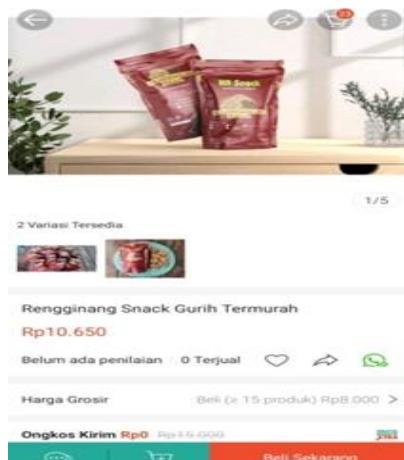
khususnya yang akan guru lakukan, yakni alat bantu yang dapat mempercepat/mempermudah pencapaian tujuan pengajaran.

Secara umum, manfaat media dalam pembelajaran adalah memperlancar interaksi antara guru dengan siswa sehingga kegiatan pembelajaran akan lebih efektif dan efisien (Apyani, 2022). Akan tetapi, lebih lanjut Anderson dalam (Rahman, 2021) mengemukakan secara khusus dan rinci ada beberapa manfaat media seperti yang dikemukakan beberapa manfaat media dalam pembelajaran sebagai berikut: a) Penyampaian materi pelajaran dapat diseragamkan, b) Proses pembelajaran menjadi lebih jelas dan menarik, c) Proses pembelajaran menjadi lebih interaktif, d) Efisiensi dalam waktu dan tenaga, e) Meningkatkan kualitas belajar siswa, f) Media memungkinkan proses belajar dapat dilakukan kapan dan dimana saja, g) Media dapat menumbuhkan sikap positif siswa terhadap materi dan proses belajar siswa, serta h) Mengubah peran guru kearah yang lebih positif dan produktif.

Yunus sebagaimana dikutip (Sulaeman, 2022) mengemukakan bahwa ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan media pendidikan seperti tujuan yang ingin dicapai, ketepatgunaan materi media, keadaan peserta didik, ketersediaan media, mutu teknis dari media, serta biaya yang dibutuhkan dalam pembuatan dan penggunaan media. Lebih lanjut Anderson dalam (VF Musyadad, 2022) mengemukakan bahwa tiga pertimbangan kelayakan yang dapat dipakai pengajar untuk memilih media pembelajaran adalah sebagai berikut: a) Kelayakan praktis, seperti : Keakraban pengajar dengan media yang akan digunakan, ketersediaan media di lingkungan belajar setempat, ketersediaan waktu untuk mempersiapkan, dan ketersediaan sarana untuk fasilitas pendukungnya, b) Kelayakan teknis seperti: relevan dengan tujuan yang ingin dicapai (kualitas pesan atau kurikuler), dan merangsang terjadinya proses belajar-mengajar, serta c) Kelayakan biaya biasanya faktor kelayakan biaya baru ditinjau bila memenuhi persyaratan teknis lebih dari satu, yaitu apakah biaya yang dikeluarkan seimbang dengan manfaat yang akan diperoleh.

Tahap Evaluasi

Menurut (Hasbi, 2021) mengemukakan bahwa peran evaluasi sangat penting dalam rangka melihat sejauhmana keberhasilan dari sebuah program serta langkah perbaikan ke depan.



Gambar 1.3 Tahap Evaluasi

Secara umum, kelebihan literasi kegiatan pendidikan masyarakat dalam pembelajaran khususnya dalam memotivasi belajar peserta lebih meningkatkan interaksi antara tim PKM dan peserta dalam pembelajaran (Ulfah, 2019). Sementara itu, menurut (Hoerudin, 2023) mengemukakan bahwa kelebihan yang lain sebagai berikut: a) Mudah digunakan oleh siswa, b) Mudah diingat siswa karena ukurannya besar serta memiliki variasi warna yang bermacam-macam, c) Mudah dipindah-pindahkan, d) Bisa digunakan kapan dan di manapun, e) Siswa yang lebih banyak aktif dalam penggunaan media ini, f) Pembelajaran lebih berkualitas karena membangkitkan rasa ingin tahu siswa, g) Pembelajaran lebih sistematis dan terstruktur, serta h) Tidak membuat siswa menjadi bosan karena mengandung unsur permainan.

Kegiatan ini terlaksana dengan baik tentunya dengan pengorganisasian yang telah direncanakan sebelumnya. Terdapat bagian-bagian dalam kepanitiaan kegiatan pengabdian masyarakat dan pihak- pihak pada bagian-bagian tersebut berfungsi dengan baik. Hal ini sejalan dengan (Fitria, 2023) bahwa pelaksanaan program dapat terlaksana dengan baik dengan menggunakan pendekatan manajemen.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Program pendampingan *Packaging* dan *Digital Marketing*, berjalan dengan lancar. Mitra UMKM sangat senang dengan di adakan pendampingan *packaging* dan *Digital Marketing* ini. Hasil dari pendampingan mitra sudah mampu meningkatkan kualitas *Packaging* dan mampu melakukan pemasaran secara *Digital Marketing*. mitra menyadari dengan menggunakan *Digital Marketing* bisa meningkatkan *branding* dan penjualan.

Untuk kedepannya pengemasan dan pemasaran di harapkan terus menggunakan *packaging* yang menarik dan *Digital marketing* yang lebih luas lagi, karena sekarang ini perkembangan teknologi sudah lebih meluas lagi. Dan dengan pembekalan pendampingan yang sudah di lakukan akan menjadikan usaha UMKM Rengginang NA Snack Emak Cimening akan lebih sukses lagi.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Bapak H. Hendar, SE, S. AP, MM, MH, selaku Ketua STIT Rakeyan Santang Karawang.
2. Bapak Devi Sulaeman, M.Pd, Selaku ketua Prodi Pendidikan Islam Anak Usia Dini(PIAUD), dan para dosen Prodi Pendidikan Islam Anak Usia Dini (PIAUD) STIT Rakeyan Santang Karawang.
3. Ibu Rini Novianti Yusuf M. Pd, Selaku DPL Kelompok.
4. Ketua dan Sekretariat LPPM STIT Rakeyang Santang Karawang.
5. Teman-teman penulis yang selalu memberikan dukungan dalam menyelesaikan pengabdian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustin dan Ulya. (2022). Penguatan UMKM Melalui Pembuatan Merek Dagang dan Label pada UMKM Jajanan Camilan di Desa Joresan Mlarak Ponorogo. *Amaluna: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 58–70.
- Agustina dkk. (2021). Pelatihan Desain Logo Dan Kemasan Produk UMKM di Wilayah

- Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks "Soliditas" (J-SOLID)*, 4(1), 69–79.
- Aina dkk. (2019). Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Oleh Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Padang. *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, 1(1), 143-153.
- Amiin dkk. (2018). Pemberdayaan Home Industry dalam Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat. *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam.*, 3(2), 87–109.
- Anugrahani dkk. (2020). Pelatihan dan Pendampingan UMKM di Desa Gajahrejo dalam Pembuatan Desain Kemasan Inovatif Oleh-Oleh Khas Malang Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk. *Vivabio: Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 3(1), 22–29.
- Apiyani, A. (2022). Implementasi Pengembangan Keprofesian Berkelanjutan (PKB) Guru Madrasah Dalam Meningkatkan Keprofesian. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(2), 499–504.
- Ardiansyah. (2020). Kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha. *Jurnal Usaha.*, 1(2), 19-25.
- Arifudin, O. (2018). Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Tenaga Kependidikan STIT Rakeyan Santang Karawang. *MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(3), 209–218.
- Arifudin, O. (2019). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. GLOBAL (PT.GM). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(2), 184–190.
- Arifudin, O. (2020). Pendampingan Peningkatan Inovasi Produk Makanan Khas Subang Jawa Barat. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(6), 1094–1106.
- Arifudin, O. (2021). *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*. Banyumas : Pena Persada.
- Arifudin, O. (2022). *Perkembangan Peserta Didik (Tinjauan Teori-Teori Dan Praktis)*. Bandung: CV Widina Media Utama.
- Arifudin, O. (2023). Pendampingan Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Submit Jurnal Ilmiah Pada Open Journal System. *Jurnal Bakti Tahsinia*, 1(1), 50–58.
- Athik Hidayatul Ummah. (2021). *Komunikasi Korporat Teori Dan Praktis*. Bandung: Widina Media Utama.
- Bairizki, A. (2021). *Manajemen Perubahan*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Damayanti, F. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Karakteristik Individu Terhadap Kinerja Pegawai Bank BRI Syariah Kabupaten Subang. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(1), 35–45.
- Doriza, S. (2015). *Ekonomi Keluarga*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Engkus. (2019). Supervision and Control of The Government Internal Supervisory Apparatus in The Implementation of Regional Autonomy. *International Journal of Science and Society (IJSOC)*, 1(1), 56–69.
- Fasa, I. (2020). *Eksistensi Bisnis Islami Di Era Revolusi Industri 4.0*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Fikriyah, S. (2022). Peran Orang Tua Terhadap Pembentukan Karakter Anak Dalam Menyikapi Bullying. *Jurnal Tahsinia*, 3(1), 11–19.

- Fitria, N. (2020). Analisis Faktor-Faktor Terhadap Pengambilan Keputusan Calon Mahasiswa Untuk Memilih Jurusan Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan*, 1(2), 120–127.
- Fitria, N. (2023). Manajemen Pengelolaan Media Pembelajaran Pendidikan Islam. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 12(03), 2239–2252.
- Hadiansah, D. (2021). *Membaca Perspektif Balanced Scorecard*. Bandung: Azka Hafidz Maulana Foundation.
- Hanafiah, H. (2022). Penanggulangan Dampak Learning Loss dalam Meningkatkan Mutu Pembelajaran pada Sekolah Menengah Atas. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(6), 1816–1823.
- Haris, I. (2023). Pengenalan Teknis Penggunaan Software Turnitin Dan Mendeley Dekstop Untuk Meningkatkan Kualitas Karya Ilmiah Mahasiswa Baru. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 3(2), 172–178.
- Hasbi, I. (2021). *Administrasi Pendidikan (Tinjauan Teori Dan Praktik)*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Hoerudin, C. W. (2023). E-Learning as A Learning Media Innovation Islamic Education. *QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Agama*, 15(1), 579–594.
- Kusmana & Garis. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Bidang Pertanian Oleh Penyuluh Pertanian Lapangan (PPL) Wilayah Binaan Desa Buniseuri Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan.*, 5(4), 460–473.
- Labetubun, M. A. H. (2021). *Sistem Ekonomi Indonesia*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Mardizal, J. (2023). Model Kepemimpinan Transformational, Visioner dan Authentic Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan di Era 4.0. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 2994–3003.
- Mawati, A. T. (2023). Dampak Pergantian Kurikulum Pendidikan Terhadap Peserta Didik Sekolah Dasar. *Jurnal Primary Edu*, 1(1), 69–82.
- Mayasari, A. (2023). Penerapan Model Pembelajaran Nilai Melalui Pendidikan Agama Islam Dalam Membentuk Karakter Siswa. *Antologi Kajian Multidisiplin Ilmu (Al-Kamil)*, 1(1), 47–59.
- Megi dkk. (2020). Peran Perempuan Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus: Perempuan Pekerja Sawah Di Desa Lemoh Barat Kecamatan Tombariri Timur Kabupaten Minahasa). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi.*, 20(3), 82–91.
- Nasser, A. A. (2021). Sistem Penerimaan Siswa Baru Berbasis Web Dalam Meningkatkan Mutu Siswa Di Era Pandemi. *Biormatika: Jurnal Ilmiah Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, 7(1), 100–109.
- Rahayu & Febrina. (2021). Pemberdayaan masyarakat desa melalui BUMDes di Desa Sugai Nibung. *Jurnal Trias Politika.*, 5(1), 49–61.
- Rahman, N. H. (2021). Pengaruh Media Flashcard Dalam Meningkatkan Daya Ingat Siswa Pada Materi Mufrodat Bahasa Arab. *Jurnal Tahsinia*, 2(2), 99–106.
- Sedyastuti. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117-127.
- Shavab, F. A. (2021). *Dasar Manajemen & Kewirausahaan (Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktis)*. Bandung : Widina Bhakti Persada.

- Silaen, N. R. (2021). *Kinerja Karyawan*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Siregar, R. T. (2021). *Komunikasi Organisasi*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Sofyan, Y. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik. *Jurnal Ecodemica*, 4(2), 341–352.
- Sudirman, A. (2020). *Prilaku konsumen dan perkembangannya di era digital*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Sulaeman, D. (2022). Implementasi Media Peraga dalam Meningkatkan Mutu Pembelajaran. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 71–77.
- Supriani, Y. (2020). Upaya Meningkatkan Motivasi Peserta Didik Dalam Pembelajaran. *Jurnal Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan*, 1(1), 1–10.
- Surya, C. M. (2023). Upaya Meningkatkan Kreativitas Anak Melalui Kegiatan Bermain Finger Painting. *Jurnal Bakti Tahsinia*, 1(1), 9–14.
- Suyatno & Suryani. (2022). Pengembangan Potensi UMKM Berbasis lokal dalam Mendorong Perekonomian di Desa Girikerto. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis.*, 9(2), 108–118.
- Tanan & Dhamayanti. (2020). Pendampingan UMKM dalam Pengelolaan Keuangan Usaha guna peningkatan Ekonomi Masyarakat di distrik Abepura Jayapura. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement.*, 1(2), 173–185.
- Tanjung, R. (2019). Manajemen Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Pembelajaran (Studi Kasus di STIT Rakeyan Santang Karawang). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 3(1), 234–242.
- Tanjung, R. (2020). Pengembangan UKM Turubuk Pangsit Makanan Khas Kabupaten Karawang. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(2), 323–332.
- Tanjung, R. (2023). Pendampingan Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Menulis Jurnal Ilmiah. *Jurnal Karya Inovasi Pengabdian Masyarakat (JKIPM)*, 1(1), 42–52.
- Taufiq, M. I. (2022). Pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan administrasi perkantoran pada Kantor Desa Cikalang Kecamatan Cikalangwetan Kabupaten Bandung Barat. *Ministrate: Jurnal Birokreasi & Pemerintahan Daerah*, 4(3), 103–117.
- Triharyanto, H. &. (2017). Peningkatan Daya Jual Aneka Produk Olahan Makanan Melalui Teknik Pengemasan Produk. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis.*, 19(10), 45–53.
- Ulfah, U. (2011). *Program Bimbingan dan Konseling Pribadi Sosial untuk Meningkatkan Kemampuan Penyesuaian Diri Siswa Terhadap Keragaman Budaya*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Ulfah, U. (2019). Peran Konselor Dalam Mengembangkan Potensi Peserta Didik. *Jurnal Tahsinia*, 1(1), 92–100.
- Ulfah, U. (2020). Implementasi Bimbingan Dan Konseling Di Sekolah Dalam Kurikulum 2013. *Jurnal Tahsinia*, 1(2), 138–146.
- Ulfah, U. (2021). Pengaruh Aspek Kognitif, Afektif, Dan Psikomotor Terhadap Hasil Belajar Peserta Didik. *Jurnal Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan*, 2(1), 1–9.

- Ulfah, U. (2022). Peran Guru Dalam Upaya Pengembangan Bakat Dan Minat Peserta Didik. *Jurnal Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan*, 3(1), 9–16.
- Ulfah, U. (2023). Analisis Teori Taksonomi Bloom Pada Pendidikan Di Indonesia. *Jurnal Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan*, 4(1), 13–22.
- VF Musyadad. (2022). Supervisi Akademik untuk Meningkatkan Motivasi Kerja Guru dalam Membuat Perangkat Pembelajaran. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(6), 1936–1941.