

PENDAMPINGAN PENGEMASAN DAN PENDISTRIBUSIAN LUMPIA KERING TERHADAP IBU-IBU PKK DI DESA TEGALURUNG

Nasem^{1*}, Kartini Berliana Koswara², Alda Wijayanti³, Novia Cholissa⁴, Ipah Latifah⁵,
Nurjanah⁶

^{1,2,3,4,5,6}STIT Rakeyan Santang Karawang, Indonesia
kartiniberliana21@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Industri kecil kreatif yang memproduksi camilan sehat dan bergizi, seperti Lumpia Kering, menghadapi tantangan penjualan yang masih rendah karena kendala dalam sistem pemasaran yang terbatas serta penggunaan kemasan produk yang sederhana berbahan plastik. Tim mahasiswa dan dosen melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tujuan memberikan bimbingan dalam meningkatkan usaha industri kecil kreatif ini. Mitra dalam kegiatan ini adalah ibu-ibu dari kelompok PKK di RW 01 Desa Tegalurung, Kecamatan Cilamaya Kulon, Karawang. Tujuan pengabdian adalah untuk melakukan program pendampingan pengemasan dan pendistribusian lumpia kering terhadap ibu-ibu PKK di Desa Tegalurung. Metode pelaksanaan pengabdian yakni dengan 3 tahapan yakni tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan terlihat bahwa hasil pendampingan yang diberikan oleh tim mahasiswa dan dosen adalah rancangan desain merek kemasan produk yang dapat meningkatkan daya tarik produk. Strategi pengembangan usaha yang diajukan melibatkan perluasan sistem penjualan produk melalui toko oleh-oleh atau warung, pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk, serta peluncuran penjualan secara online. Manfaat dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bagi mitra adalah peningkatan wawasan, pengembangan konsep berpikir, dan peningkatan kemampuan dalam menerapkan strategi pengembangan usaha. Selain itu, dampak dari kegiatan ini diharapkan dapat mendorong mitra untuk menjadi wirausahawan yang sukses dalam industri camilan sehat dan bergizi.

Kata Kunci: Pendampingan, Pengemasan, Pendistribusian, Lumpia Kering.

Abstract: Creative small industries that produce healthy and nutritious snacks, such as Dry Lumpia, face the challenge of low sales due to constraints in the limited marketing system and the use of simple product packaging made from plastic. The student and lecturer team carries out community service activities with the aim of providing guidance in improving this creative small industrial business. Partners in this activity are women from the PKK group in RW 01 Tegalurung Village, Cilamaya Kulon District, Karawang. The aim of the service is to carry out a program to assist the packaging and distribution of dry spring rolls for PKK women in Tegalurung Village. The method for implementing service is in 3 stages, namely the preparation stage, implementation stage and evaluation stage. Based on the results of the activity, it can be seen that the result of the assistance provided by the team of students and lecturers is a product packaging brand design that can increase the attractiveness of the product. The proposed business development strategy involves expanding the product sales system through gift shops or food stalls, utilizing social media in product marketing, as well as launching online sales. The benefits of this community service activity for partners are increased insight, development of thinking concepts, and increased ability to implement business development strategies. Apart from that, it is hoped that the impact of this activity will encourage partners to become successful entrepreneurs in the healthy and nutritious snack industry.

Keywords: Assistance, Packaging, Distribution, Dried Spring Rolls.

Article History:

Received: 12-07-2023

Revised : 19-08-2023

Accepted: 23-09-2023

Online : 31-10-2023

A. LATAR BELAKANG

Cilamaya Kulon, sebuah kecamatan yang terletak di Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat, Indonesia, dikenal sebagai salah satu daerah agraris. Wilayah kecamatan ini terdiri dari 12 desa, antara lain Tegalurung, Manggungjaya, Sumurgede, Muktijaya, Bayur Lor, Bayur Kidul, Kiara, Langensari, Pasirjaya, Sukajaya, dan Sukamulya.

Hasil dari studi pendahuluan di wilayah kecamatan Cilamaya Kulon mengungkapkan adanya berbagai usaha industri kecil kreatif yang menghasilkan produk camilan sehat dan bergizi, seperti semprong, keripik singkong, kentang mustopa, keripik tempe, pisang sale, rengginang, opak enye, serta berbagai jenis makanan tradisional.

Pasar sasaran dan konsumen yang diharapkan untuk membeli produk ini adalah masyarakat yang menikmati camilan sehat dan bergizi. Produk-produk ini dipasarkan melalui warung dan toko di sekitar tempat tinggal. Sistem penjualan produk dilakukan melalui komunikasi verbal langsung saat bertemu dengan teman, rekan, atau sahabat, dalam berbagai acara seperti pengajian, pertemuan warga di lingkungan rumah, arisan, dan kegiatan lainnya.

Produksi produk ini dilakukan oleh ibu-ibu sebagai cara untuk mengisi waktu luang mereka dan sekaligus meningkatkan pendapatan keluarga. Ibu-ibu rumah tangga merupakan kelompok yang memiliki potensi besar untuk diberdayakan dalam usaha industri kecil kreatif. Dengan demikian, mereka dapat menciptakan produk dengan nilai ekonomi yang tinggi, mempertahankan kualitas produk yang baik, serta menghasilkan produk yang sehat dan bergizi, menjaga kelangsungan penjualan jangka panjang.

Di dalam masyarakat, terutama di kalangan kelas menengah dan bawah, ibu-ibu rumah tangga memiliki peran ganda, yakni sebagai ibu dan istri, serta berpotensi untuk berperan dalam membantu perekonomian keluarga. Keberadaan mereka adalah salah satu aset yang dapat dikelola dengan baik untuk memanfaatkan waktu luang dengan inovasi, menciptakan produk bernilai tambah, memberikan manfaat, menciptakan lapangan kerja, dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat.

Berdasarkan analisis situasi tersebut, tim mahasiswa dan dosen yang terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat berkomitmen untuk memberikan pendampingan kepada ibu-ibu rumah tangga yang memiliki waktu luang dalam mengembangkan usaha industri kecil kreatif. Mereka akan fokus pada penciptaan produk dengan nilai ekonomis yang tinggi, dengan harapan bahwa dalam jangka panjang, masyarakat dapat menjadi wirausahawan yang sukses. Kegiatan pendampingan oleh tim ini diharapkan dapat membantu masyarakat setempat meningkatkan pendapatan keluarga dan taraf hidup mereka. Dampak yang diharapkan dari kegiatan ini termasuk peningkatan pendapatan per kapita, daya beli masyarakat, dan pertumbuhan ekonomi nasional secara keseluruhan.

Potensi mitra dalam industri kecil kreatif yang menghasilkan Lumpia Kering sangat beragam, dengan berbagai jenis makanan yang ditawarkan. Usaha di bidang produksi makanan adalah salah satu jenis bisnis yang memiliki prospek yang cerah dan selalu diminati oleh masyarakat. Faktor ini menjadi pendorong utama untuk perkembangan cepat industri kuliner, terutama dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam sistem pemasaran dan penjualan produk.

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).

Pengembangan usaha adalah hal yang sangat penting untuk dilakukan, karena dapat memberikan tambahan sumber pendapatan bagi keluarga serta mendorong pertumbuhan ekonomi di sektor usaha informal. Pengembangan usaha juga diperlukan agar produk memiliki daya saing yang tinggi di pasar dan dapat menjaga keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

Pendampingan yang dilakukan oleh tim mahasiswa dan dosen dalam pengembangan usaha industri kecil kreatif adalah implementasi manajemen usaha yang mungkin belum dimanfaatkan oleh ibu-ibu rumah tangga. Tim pelaksana Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) hadir untuk memberikan motivasi dan dukungan kepada ibu-ibu ini agar mereka dapat melakukan kegiatan yang memberikan manfaat, seperti pelatihan dalam pembuatan Lumpia Kering dengan berbagai varian rasa yang lezat, serta pengemasan produk yang menarik.

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.

Demikian pula, ibu-ibu yang memiliki minat dalam pembuatan kue dan berkeinginan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarganya juga akan mendapat manfaat dari pendampingan ini. Mereka seringkali menghadapi kendala dalam menentukan harga jual yang sesuai karena kurangnya branding dan kemasan produk yang standar. Selain itu, mereka belum memiliki pemahaman yang cukup tentang aspek pemasaran, penjualan, dan pemberian merek pada produk mereka. Pendampingan ini akan membantu mereka mengatasi hambatan-hambatan tersebut dan meningkatkan potensi usaha mereka.

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah rendahnya tingkat penjualan produk camilan. Salah satu faktor yang berkontribusi terhadap hal ini adalah penggunaan kemasan produk yang sederhana, terutama berupa plastik polos, yang belum memberikan tampilan yang menarik bagi calon pembeli.

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.

Desain kemasan dan logo kemasan dapat menjadi daya tarik iklan, dan brand awareness terhadap keputusan pembelian (Aria dkk, 2021). Media promosi produk yang akan dipasarkan dapat digunakan dengan melakukan pengembangan desain kemasan dengan tampilan yang menarik (Sidhiantari dkk, 2020). Industri kecil membutuhkan persiapan dalam menerapkan penggunaan teknologi informasi untuk mengoptimalkan proses produksi dalam memasuki era industri 4.0 pada kondisi saat ini (Sari & Santoso., 2019).

Pemasaran dengan menggunakan media sosial membutuhkan foto produk sebagai tampilan yang dipublikasikan sehingga konsumen dapat melihat tampilan bentuk produk yang akan dijual. Dalam upaya untuk melakukan penyesuaian dengan sistem digitalisasi menggunakan internet, sehingga diperlukan pemberdayaan pelaku usaha industri kecil untuk menerapkan teknologi informasi komunikasi dalam sistem pemasaran produk agar dapat menjangkau konsumen secara luas (Arief dkk, 2019). Perencanaan pemasaran digital sebagai media promosi produk untuk meraih konsumen global (Yogaswara dkk, 2021).

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 lumpia kering 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 dilakukan 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 system 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 tradisonal 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.

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 konteks ini mengutip keterangan Aris toteles: “Bahwa 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 pendampingan pengemasan dan pendistribusian lumpia kering terhadap ibu-ibu PKK Di Desa Tegalurung.

B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program pengabdian yang dilakukan dalam pendampingan pengemasan dan pendistribusian lumpia kering terhadap ibu-ibu PKK di Desa Tegalurung 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 mencakup 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

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan tim mahasiswa dan dosen dengan melibatkan tenaga kependidikan dan mahasiswa. Ketua tim dengan keahlian dalam bidang manajemen produksi mempunyai tugas untuk melakukan koordinasi kegiatan pengmas dengan mitra dan memberikan pengarahan tentang aspek proses produksi, sedangkan masing-masing dari anggota tim mahasiswa dan dosen memiliki kompetensi yang sesuai di bidangnya. Anggota mahasiswa dan dosen 1 dengan keahlian dalam bidang manajemen rantai pasok mempunyai tugas untuk memberikan pengarahan tentang sistem penjualan dan strategi pemasaran produk. Anggota mahasiswa dan dosen 2 dengan keahlian dalam bidang akuntansi mempunyai tugas untuk memberikan pengarahan manajemen administrasi dan akuntansi. Anggota tendik mempunyai tugas dalam administrasi kegiatan dan pengurusan dokumen. Anggota mahasiswa mempunyai tugas membantu pelaksanaan kegiatan.

Menurut Gagne dalam (Ulfah, 2023) bahwa hasil kegiatan yang dilakukan pada penelitian merupakan hasil kegiatan yang kompleks, 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 “pendampingan pengemasan dan pendistribusian lumpia kering terhadap ibu-ibu PKK Di Desa Tegalurung”.

Kegiatan pendampingan pada membangun ekonomi keluarga melalui program pendampingan pengemasan dan pendistribusian lumpia kering terhadap ibu-ibu PKK Di

Desa Tegalurung yang dilakukan dengan beberapa tahapan pelaksanaan program, yaitu sebagai berikut:

Tahap Persiapan

Pada kesempatan ini dijelaskan mengenai tahap persiapan yakni: (a) Pra survei merupakan tahap kegiatan identifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra (mapping). Mekanisme identifikasi dilakukan dengan observasi secara langsung dilapangan dan melakukan wawancara dengan mitra yang sudah mempunyai usaha camilan, (b) Pembuatan proposal merupakan tahap membuat rancangan alternatif solusi untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra dan memberikan usulan rancangan tindakan perbaikan yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra, serta (c) Persiapan pelatihan merupakan tahap untuk mempersiapkan bahan, materi, peralatan dan perlengkapan yang akan digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat.



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 rangsangan 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

Pelaksanaan pengemas dilakukan tim mahasiswa dan dosen dengan datang bersilaturahmi ke tempat mitra penghasil produk camilan untuk melakukan diskusi dan tanya jawab. Topik yang dibahas dalam kegiatan diskusi berkaitan dengan aspek produk, varian rasa, bahan baku, tenaga kerja, proses produksi, biaya produksi, jumlah produksi, harga jual, kemasan produk, sistem penjualan, strategi pemasaran dan manajemen administrasi. Kegiatan diskusi dilakukan di rumah mitra yang digunakan sebagai tempat usaha pembuatan produk camilan.



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 kemampuan 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 (Apiyani, 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, ketepatangunaan 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 tehnik seperti: relevan dengan tujuan yang ingin dicapai (kualitas pesan atau kurikulum), dan merangsang terjadinya proses belajar-mengajar, serta c) Kelayakan biaya biasanya faktor kelayakan biaya baru ditinjau bila memenuhi persyaratan tehnik 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 pengabdian masyarakat yang sudah dilakukan tim mahasiswa dan dosen dapat memberikan manfaat dan nilai tambah untuk mitra untuk membuka wawasan dan konsep berfikir dalam aspek kewirausahaan dapat meningkatkan kemampuan dan keterampilan mitra sehingga dapat memproduksi produk camilan yang mempunyai nilai ekonomis. Dalam aspek pemasaran dapat meningkatkan kemampuan mitra dalam membuat perencanaan pemasaran ke wilayah yang lebih luas dengan memanfaatkan teknologi informasi komunikasi. Dalam aspek kemasan produk dapat memperluas wawasan dan pengetahuan mitra untuk mendesain merek kemasan produk. Dampak yang diharapkan dari kegiatan ini dapat meningkatkan pendapatan perkapita dan dapat mendorong mitra menjadi wirausahawan yang sukses.

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

Pendampingan tim mahasiswa dan dosen kepada mitra untuk mengembangkan usaha industri kecil kreatif dalam aspek kemasan produk dengan membuat rancangan

desain merek kemasan yang dapat menjadi daya tarik produk. Usulan strategi pengembangan usaha dalam aspek pemasaran produk yang dapat diterapkan yaitu memperluas sistem penjualan produk melalui toko oleh-oleh atau warung, sistem pemasaran produk dengan memanfaatkan media sosial dan membuka penjualan dengan sistem online. Manfaat kegiatan pengabdian masyarakat untuk mitra yaitu dapat membuka wawasan dan konsep berfikir serta dapat meningkatkan kemampuan mengembangkan usaha.

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 lumpia kering diharapkan 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. Dosen pembimbing lapangan.
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.
- Apiyani, A. (2022). Implementasi Pengembangan Keprofesian Berkelanjutan (PKB) Guru Madrasah Dalam Meningkatkan Keprofesian. *JHIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(2), 499–504.
- Ardiansyah. (2020). Kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha. *Jurnal Usaha.*, 1(2), 19-25.
- Aria dkk. (2021). Penambahan Desain Kemasan dan Varian Rasa Pada Usaha Jajan Terang Bulan Mini. *WIDYABHAKTI : Jurnal Ilmiah Populer.*, 3(2), 75-82.
- Arief dkk. (2019). Digitalisasi Industri Kecil Dan Produk Pertanian Daerah Upaya Untuk Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Karangbendo Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *Journal of Innovation and Applied Technology.*, 5(1), 842–847.
- 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.
- 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.
- 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.
- Rahman, N. H. (2021). Pengaruh Media Flashcard Dalam Meningkatkan Daya Ingat Siswa Pada Materi Mufrodat Bahasa Arab. *Jurnal Tahsinia*, 2(2), 99–106.
- Sari & Santoso. (2019). Pengembangan Model Kesiapan UMKM di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Media Teknik & Sistem Industri.*, 3(1), 37–42.
- Sedyastuti. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBI: 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.
- Sidhiantari dkk. (2020). Pengembangan dan Pemanfaatan Desain Kemasan sebagai Media Promosi pada UKM Heavenine. *Journal of Community and Development.*, 1(1), 1–5.
- 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.
- 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.
- 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.
- Yogaswara dkk. (2021). Pengembangan usaha rengginang melalui pelatihan perencanaan pemasaran digital di desa tiripan. *Jurnal Abdimas Teknik Kimia.*, 2(1), 36–39.