



Pendampingan Ekonomi Kreatif Pada Panti Asuhan Muhammadiyah Kota Madiun Melalui Pelatihan Pembuatan Kerajinan Tangan dan Pelatihan Pemasaran Digital

Anggita Langgeng Wijaya¹, Astika Kusuma Ayu Rosalianita Sari²,
Karuniawati Hasanah³

^{1,2,3} Universitas PGRI Madiun

ABSTRACT

CREATIVE ECONOMY ASSISTANCE AT MUHAMMADIYAH ORPHANAGE IN MADIUN CITY THROUGH HANDICRAFT MAKING TRAINING AND DIGITAL MARKETING TRAINING. This community service activity aims to provide training in making handicrafts and digital marketing training for children at the Muhammadiyah orphanage in Madiun City. This community service activity cannot be separated from implementing the Independent Learning Campus (MBKM) curriculum implemented by the Faculty of Economics and Business, Universitas PGRI Madiun. Realizing the creative economy as the downstream of independent research and humanitarian projects needs to be carried out to realize the Muhammadiyah orphanage's independence in Madiun City. Implementing the training activities is carried out by practice, presentation, and discussion. The number of participants who attended this training was 15 people. The results of this community service show an increase in the skills and knowledge of the trainees on training in making handicrafts and knowledge of digital marketing strategies. This conclusion is evidenced by an increase in the average pre-test score of 26.67 to 66.67 in the post-test score. This training has a positive impact on orphanage children in the form of additional skills in making handicrafts and additional knowledge for participants about good digital business management and motivation to develop business and entrepreneurial spirit. This training is expected to help create strong and independent foster children in the future.

Keywords: creative economy, digital marketing, handicrafts, orphanage, training

Received: 22.02.2022	Revised: 15.04.2022	Accepted: 17.05.2022	Available online: 31.05.2022
-------------------------	------------------------	-------------------------	---------------------------------

Suggested citation:

Wijaya, A.L., Sari, A.K.A.R., Hasanah, K. (2022). Pendampingan Ekonomi Kreatif pada Panti Asuhan Muhammadiyah Kota Madiun melalui Pelatihan Pembuatan Kerajinan Tangan dan Pelatihan Pemasaran Digital. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(2): 400-410. DOI: 10.30653/002.202272.71

Open Access | URL: <http://jurnal.unmabanten.ac.id/index.php/jppm/>

¹ Corresponding Author: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun; Jl. Setia Budi No.85, Kanigoro, Kec. Kartoharjo, Kota Madiun, Jawa Timur 63118; Email: gonggeng14@gmail.com

PENDAHULUAN

Program kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak lepas dari program Kurikulum Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang diluncurkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia. Kegiatan proyek kemanusiaan dan studi independen telah dilakukan oleh program studi akuntansi dan program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun dalam rangka mewujudkan 8 Indikator Kinerja Utama program MBKM (Buku Pedoman IKU PT, 2021). Salah satu studi independen adalah yang dilakukan adalah melakukan kajian terhadap beberapa panti asuhan yang ada di Kota Madiun. Hasil studi independen yang dilakukan oleh Anggraini & Wijaya (2021) yang merupakan mahasiswa dan dosen program studi akuntansi menyimpulkan masih perlunya pelatihan-pelatihan yang mengasah kemampuan *hardskill* maupun *softskill* bagi anak panti asuhan. Bantuan sosial yang diberikan dalam bentuk sembako atau uang tunai dapat dikombinasikan dengan pelatihan-pelatihan yang memberikan bekal pengetahuan dan keterampilan bagi anak panti asuhan.

Tiarawati & Widyastuti (2017) menjelaskan bahwa panti asuhan adalah lembaga sosial yang memiliki fungsi perlindungan terhadap anak terlantar dan anak yang berasal dari ekonomi yang kurang mampu. Panti Asuhan Muhammadiyah merupakan salah satu panti asuhan yang terletak di kota Madiun Jawa Timur. Panti Asuhan Muhammadiyah beralamatkan di Jalan Merbabu, No.26, Pangongangan, Kecamatan Manguharjo, Kota Madiun. Panti asuhan ini memiliki empat asrama dengan dua asrama laki-laki dan dua asrama perempuan yang letaknya berbeda. Panti Asuhan Muhammadiyah Kota Madiun memiliki 41 anak asuh laki-laki dan 39 anak asuh perempuan. Kelangsungan hidup Panti Asuhan Muhammadiyah di tanggung oleh yayasan, donatur, dan dinas sosial, disisi lain biaya hidup dan biaya pendidikan yang dibutuhkan anak asuh semakin meningkat. Tiarawati & Widyastuti (2017) menjelaskan bahwa pembentukan karakter wirausaha merupakan salah satu program yang dicanangkan oleh Pemerintah. Dewi et al., (2020) menjelaskan bahwa peningkatan life skill bagi anak panti asuhan sangat penting untuk menumbuhkan kemandirian dan kemampuan berwirausaha. Keterampilan komputer, pemahaman bisnis digital dan keterampilan kerja lain merupakan beberapa aspek keterampilan yang penting bagi anak panti asuhan (Dewi et al., 2020).

Wijaya et al., (2021) menjelaskan bahwa internet adalah bentuk kemajuan yang luar biasa dalam perkembangan teknologi. Pesatnya perkembangan teknologi menjadikan pola pemasaran dalam bisnis berubah. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (offline) menjadi digital/ online (Sulaksono, 2020). Wahyudi et al., (2019) menjelaskan bahwa pemasaran digital adalah istilah umum untuk pemasaran produk atau jasa menggunakan teknologi digital, media online, dan media sosial. Pemasaran digital dinilai lebih efisien, murah dan lebih tepat pada sasaran yang dituju. Saat ini masyarakat banyak memanfaatkan media online untuk mempromosikan produknya, salah satunya dengan menggunakan sosial media. Dengan memanfaatkan sosial media sebagai promosi penjualan produknya, penjual juga dapat menghemat biaya dan tempat, karena tidak perlu menyewa ruko untuk mendirikan tempat usaha, serta berbagai macam aspek lainnya.

Permana et al., (2021) mengatakan bahwa pelatihan ketrampilan berwirausahaan sangat penting bagi anak panti asuhan agar nantinya mereka bisa menjadi pribadi mandiri yang tidak bergantung kepada orang lain. Ayuminda et al., (2019) menjelaskan bahwa pelatihan yang bersifat ketrampilan dalam bidang teknologi informasi juga penting bagi anak-anak panti asuhan agar anak panti ini memiliki literasi terhadap perkembangan teknologi. Selama ini, Panti Asuhan Muhammadiyah Kota Madiun sudah beberapa kali mengikuti berbagai pelatihan seperti menjahit dan membuat kue kering, akan tetapi panti asuhan belum dapat memperjualkan produk dari hasil pelatihan tersebut karena belum adanya pengetahuan mengenai cara pemasaran produk yang dimiliki. Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh Panti Asuhan Muhammadiyah perlu adanya pendampingan bagi peserta panti asuhan untuk mengembangkan usaha mereka baik berupa pelatihan keterampilan dan manajemen usaha serta pemasarannya secara digital. Wiediawati et al., (2019) menjelaskan bahwa perkembangan internet dan ponsel pintar memunculkan peluang untuk mendapatkan penghasilan dari berbagai model penjualan dan promosi produk secara online.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan melakukan dua jenis kegiatan yaitu pelatihan pembuatan kerajinan tangan dan pelatihan pemasaran digital. Pemasaran digital adalah kegiatan promosi serta upaya memperluas penjualan melalui media digital dengan memanfaatkan internet (Sulaksono, 2020). Selain itu untuk meningkatkan produktivitas panti asuhan juga akan diadakan pelatihan pembuatan kerajinan tangan. Pelatihan ini dimaksudkan menambah ketrampilan dan kreativitas anak panti asuhan dalam membuat kerajinan tangan dari bahan-bahan yang mudah didapatkan di lingkungan sekitar. Dampak positif yang diharapkan dari kegiatan ini adalah meningkatnya kemampuan dalam membuat kerajinan tangan dan harapannya suatu saat anak-anak panti asuhan dapat memasarkan produknya secara online sehingga dapat mendongkrak perekonomian di Panti Asuhan Muhammadiyah Kota Madiun. Panti Asuhan Muhammadiyah Kota Madiun juga lebih mandiri secara ekonomi yang tidak menggantungkan bantuan dari dinas sosial dan donatur untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Keterampilan mengenai pemasaran produk secara online dan membuat produk kerajinan tangan yang memiliki nilai jual yang tinggi dapat menjadi bekal bagi anak panti asuhan mereka apabila sudah tidak tinggal lagi di panti asuhan. Keterampilan tersebut dapat digunakan untuk membantu menambah pendapatan anak-anak panti dan dapat menjadi pribadi yang lebih mandiri secara ekonomi. Melalui Kegiatan ini diharapkan peserta pelatihan mendapatkan tambahan pengetahuan tentang cara membuat kerajinan tangan berupa hiasan dinding dan dasar-dasar *digital marketing* dan usaha untuk dapat mengoptimalkan *digital marketing* dari *online shop* yang mereka buat. Dampak jangka panjang dari pelatihan ini diharapkan para peserta dapat memiliki jiwa berwirausaha, meningkatkan kreativitas, produktivitas dan memiliki pengetahuan tentang pengelolaan bisnis digital.

METODE

1. Metode Pelaksanaan, Waktu dan Media yang digunakan

Metode kegiatan dilaksanakan dengan metode praktik dalam pembuatan *handycraft* hiasan dinding dan presentasi penyampaian materi *digital marketing*, tanya jawab dan diskusi antara pemateri dan peserta. Untuk mengukur indikator

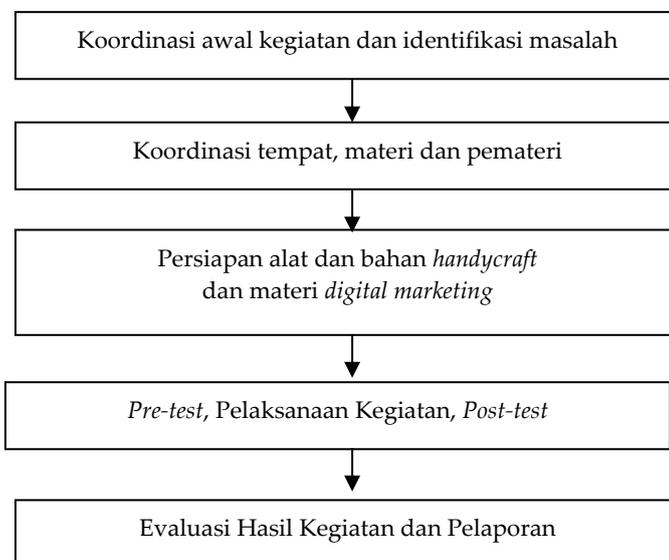
keberhasilan program maka peserta diminta mengisi kuesioner sebelum pelaksanaan pelatihan (*pre-test*) dan mengisi kuesioner kembali setelah pelaksanaan kegiatan (*post-test*). Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan jangka waktu 4 minggu kegiatan dimulai sejak 8 November sampai dengan 11 Desember 2021. Media, alat, dan bahan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi hal-hal sebagai berikut: Alat dan Bahan *Handycraft* Hiasan Dinding, Materi dalam powerpoint, Laptop, LCD Proyektor, Alat Tulis dan Sound Sistem.

2. Pemateri dan Materi

Pemateri program pengabdian masyarakat ini diisi oleh tim sendiri yang terdiri dari dosen dan mahasiswa dengan materi yang disampaikan meliputi langkah-langkah pembuatan kerajinan tangan berupa hiasan dinding hingga pengemasannya. Lalu dilanjutkan dengan materi digital marketing meliputi perbedaan penjualan konvensional dan *online*, pengertian *digital marketing*, jenis *digital marketing* beserta contohnya.

3. Skema Pelaksanaan Kegiatan

Skema pelaksanaan kegiatan untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan rangkaian proses kegiatan sebagai berikut:



Gambar 1. Skema pelaksanaan kegiatan

4. Tahap Pelaksanaan Program atau Kegiatan

- a. Menyusun rencana agenda mulai dari rencana agenda rapat koordinasi, surat menyurat, mengidentifikasi pelatihan dan pendampingan, evaluasi pelaksanaan program.
- b. Tahap kedua adalah menjalin kerjasama dengan Panti Asuhan Muhammadiyah untuk memberikan pendampingan dan pelatihan kepada Anak Asuh Panti Asuhan Muhammadiyah Kota Madiun. Pada tahapan ini tim berkomunikasi dengan pihak panti asuhan terkait materi, pemateri, tempat dan waktu rencana pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat.

- c. Pelatihan dilaksanakan dengan secara *offline* (luring) dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Metode Pelatihan dibagi menjadi 2 bagian sebagai berikut:
 - 1) Pelatihan Bagian 1: Pelatihan *Handycraft*
Pelatihan *handycraft* ditujukan kepada anak asuh Panti Asuhan Muhammadiyah Kota Madiun yang akan dilaksanakan secara *offline* (luring) dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Karena pelaksanaan kegiatan secara *offline* (luring) yang harus memperhatikan protokol kesehatan maka saya membuat kebijakan yang mengikuti pelatihan ini dibatasi hanya 15 orang.
 - 2) Pelatihan Bagian 2: Pelatihan *Digital Marketing Strategi*
Pelatihan *Digital Marketing Strategi* dilaksanakan dengan tujuan memberikan gambaran tata cara promosi melalui media digital untuk produk atau jasa yang nantinya bisa dikembangkan oleh anak panti asuhan Asuhan Muhammadiyah Kota Madiun.
- d. Tahap terakhir dari kegiatan ini adalah evaluasi dan pembuatan laporan. Evaluasi dilakukan atas proses pelaksanaan kegiatan. Pembuatan laporan meliputi pembuatan laporan akhir kegiatan pengabdian masyarakat dan publikasi ilmiah. Tim juga melakukan pendampingan ditujukan agar mitra dapat menerapkan atau mengimplementasikan hasil dari metode pendekatan pelatihan dan mengidentifikasi potensi pelatihan-pelatihan lain di masa depan yang dapat diberikan kepada mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kegiatan koordinasi awal dan identifikasi masalah
Kegiatan koordinasi awal dengan pihak Panti Asuhan Muhammadiyah Kota Madiun dilaksanakan sebanyak tiga kali. Meliputi identifikasi potensi peserta, identifikasi masalah awal, dan usulan kegiatan untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh mitra.
2. Tempat, Materi dan Pemateri
Kegiatan utama pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di asrama putri Panti Asuhan Muhammadiyah pada tanggal 9 Desember 2021 mulai pukul 15.00 sampai dengan selesai. Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan sebanyak 15 orang dengan tetap menjaga jarak dan protokol kesehatan dengan ketat. Materi yang disampaikan berkaitan dengan langkah-langkah pembuatan *handycraft* hiasan dinding dan materi diskusi mengenai *digital marketing*.
3. *Pre-Test*, Pelaksanaan Kegiatan dan *Post-Test*
 - a. Kegiatan *Pre-Test*
Sebelum kegiatan utama dilaksanakan peserta pelatihan diminta mengisi kuesioner *pre-test*. Peserta dari panti asuhan Muhammadiyah yang hadir dalam pelaksanaan kegiatan ini sebanyak 15 orang. Berikut ini hasil dari *pre-test* sebagai berikut.

Tabel 1. Peserta kegiatan dan nilai *pre-test*

No	Nama Peserta	Nilai <i>Pre-Test</i>
1	Rini Lestari	40
2	Siti Ramadania	20
3	Lilik	40
4	Putri Agustin	10
5	Ummu Muti'ah	40
6	Dwi Nur Widayati	30
7	Yuliati Binti Rahmat	30
8	Rosa Pramudita	30
9	Nadila Indriani P	40
10	Fadhilah Ema Ramdani	10
11	Salsabila Aulia Azzahra	20
12	Sifera Anggrahini	10
13	Nayla Safitri Nurjanah	10
14	Rianti	40
15	Sitah Nurrohmah	30
	Rata-Rata	26.67

Sumber: Data Tim Abdimas

Nilai rata-rata *pre-test* peserta pelatihan sebesar 26,6 yang menunjukkan pengetahuan peserta akan proses pembuatan *handycraft* dan teknik dasar pemasaran digital belumlah tinggi.

b. Pelaksanaan Kegiatan Utama

Kegiatan dalam pelatihan ini dilaksanakan pada 9 Desember 2021 dan dibagi menjadi 2 bagian yaitu, kegiatan pelatihan *handycraft* dan presentasi strategi *digital marketing*. Kegiatan pelatihan *handycraft* dimulai pada pukul 14.30 WIB. Kegiatan diawali dengan kegiatan sambutan dari ibu asuh panti asuhan dan dosen pembimbing abdimas dilanjutkan dengan pembukaan pelatihan. Kegiatan berikutnya adalah pengisian kuesioner *pre-test* dan kemudian kegiatan pelatihan *handycraft* yang dilaksanakan selama 2 jam. Berikut ini ditampilkan dokumentasi pelaksanaan pelatihan *handycraft*. Kegiatan kedua yaitu, presentasi strategi *digital marketing* yang dilaksanakan mulai pukul 17.00 WIB. Para peserta diajak memahami pengertian *digital marketing*, tujuan dari *digital marketing* dan keuntungan dari *digital marketing*. Pemateri juga menjelaskan jenis-jenis dari *digital marketing* beserta contohnya. Pada sesi ini peserta juga dapat mengajukan pertanyaan terkait dengan *digital marketing*. Pemaparan materi berlangsung selama 60 menit sampai pukul 18.00 WIB.

Berikut ini dokumentasi pelaksanaan kegiatan abdimas di Panti Asuhan Muhammadiyah Kota Madiun.



Gambar 2. Dokumentasi kegiatan

c. Kegiatan *Post-Test*

Sebelum kegiatan pelatihan ditutup peserta pelatihan diminta untuk kembali mengisi kuesioner *post-test*. Ringkasan hasil *post-test* kegiatan pelatihan tersaji pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Nilai *post-test*

No	Nama Peserta	Nilai <i>Pre-Test</i>
1	Rini Lestari	70
2	Siti Ramadania	60
3	Lilik	80
4	Putri Agustin	70
5	Ummu Muti'ah	70
6	Dwi Nur Widayati	60
7	Yuliati Binti Rahmat	50
8	Rosa Pramudita	70
9	Nadila Indriani P	60
10	Fadhilah Ema Ramdani	60
11	Salsabila Aulia Azzahra	60
12	Sifera Anggrahini	70
13	Nayla Safitri Nurjanah	70
14	Rianti	70
15	Sitah Nurrohmah	80
	Rata-Rata	66,67

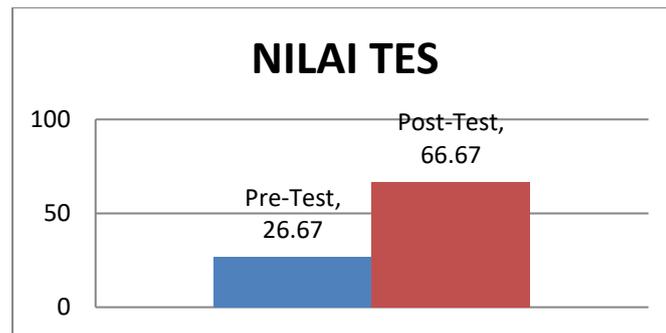
Sumber: Data Tim Abdimas

Setelah mengikuti kegiatan pelatihan nilai rata-rata *post-test* peserta mengalami kenaikan dari sebelumnya 26,67 menjadi 66,67. Secara umum nilai *post-test* peserta mengalami peningkatan yang artinya terdapat tambahan pengetahuan bagi peserta pelatihan berkenaan dengan pembuatan *handycraft* dan strategi *digital marketing*.

4. Evaluasi dan Diskusi

Evaluasi kegiatan berkaitan dengan evaluasi atas jalannya kegiatan pelatihan dan evaluasi atas dampak pelaksanaan kegiatan bagi peserta. Secara umum kegiatan pembuatan kerajinan tangan dan pelatihan pemasaran digital ini berjalan dengan baik dan lancar. Tidak ada kendala yang berarti dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Anak-anak panti asuhan Muhammadiyah Kota Madiun nampak mengikuti kegiatan dengan sangat baik dan antusias.

Evaluasi atas dampak kegiatan bagi peserta pelatihan tersaji pada gambar sebagai berikut.



Gambar 3. Nilai *pre-test* dan *post-test*

Seperti yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya kami sampaikan bahwa terdapat peningkatan nilai dari peserta pelatihan sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan. Tim kami menyimpulkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan dari peserta pelatihan berkaitan dengan pelatihan *handycraft* dan pengetahuan mengenai strategi *digital marketing* yang dibuktikan dengan nilai *pre-test* dan *post-test* yang mengalami peningkatan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini mendukung pendapat Anggraini dan Wijaya (2021) yang menyatakan bahwa anak panti asuhan masih membutuhkan pelatihan sebagai bekal ketrampilan dan juga pengetahuan. Hasil kegiatan pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan produktivitas dan kemampuan berkarya para peserta panti asuhan terkait dengan pembuatan kerajinan tangan dan meningkatkan pengetahuan anak asuh mengenai *digital marketing*. Peserta panti asuhan yang telah mengikuti pelatihan ini diharapkan mampu menjual produk yang dimiliki dan mampu mempromosikan produk mereka melalui *digital marketing*. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini juga selaras dengan pendapat Wiediawati et al., (2019) yang menjelaskan bahwa pengetahuan akan bisnis digital perlu dikenalkan sejak dini ke berbagai lapisan masyarakat dengan tujuan masyarakat tidak tertinggal akan literasi bisnis digital. Perkembangan bisnis digital dapat membuka peluang untuk melakukan UMKM. Jika nantinya anak-anak panti asuhan ini telah lepas dari panti asuhan diharapkan anak asuh ini telah memperoleh gambaran dan pemahaman tentang pemasaran digital. Jika suatu saat anak asuh ini dapat membuat usaha dalam bentuk produk atau jasa mereka dapat menjual atau memasarkan usahanya melalui media sosial, *market place* atau media digital lainnya. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini mendukung pendapat Tiarawati & Widyastuti (2017) dan Dewi et al., (2020) yang menyebutkan pentingnya menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan pemahaman atas teknologi informasi bagi anak panti asuhan.

SIMPULAN

Kegiatan ini bertujuan melakukan pendampingan ekonomi kreatif melalui pelatihan produksi kerajinan tangan (*handycraft*) dan pengenalan pemasaran digital bagi anak asuh Panti Asuhan Muhammadiyah Kota Madiun. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan dapat disimpulkan bahwa pada awal kegiatan peserta belum banyak yang bisa membuat *handycraft* dan belum mengenal apa itu pemasaran digital. Setelah dilaksanakan kegiatan pelatihan para peserta mendapatkan tambahan pemahaman dan pengetahuan mengenai tata cara pembuatan kerajinan tangan dan pemahaman atas pemasaran digital. Bukti ini didasarkan pada hasil nilai *pre-test* dan *post-test* peserta dimana terdapat peningkatan skor sebelum dan setelah mengikuti kegiatan pelatihan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil menambah ketrampilan anak-anak Panti Asuhan Muhammadiyah Kota Madiun akan pembuatan kerajinan tangan dan tambahan pengetahuan atas pemasaran digital.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak lepas dari keterbatasan-keterbatasan. Salah satu keterbatasan dari kegiatan ini adalah kegiatan utama yang dilaksanakan hanya sekali dan belum dilaksanakan pendampingan berkelanjutan secara terstruktur. Kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya dapat dikembangkan dengan melakukan pendampingan secara berkelanjutan pada Panti Asuhan Muhammadiyah Kota Madiun dan dapat mengidentifikasi pelatihan pelatihan lain yang dapat meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan anak Panti Asuhan Muhammadiyah Kota Madiun.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih dan penghargaan kami sampaikan kepada Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia atas bantuan hibah penelitian dan pengabdian masyarakat MBKM dengan Nomor Kontrak: 036/P/UNIPMA/2021 yang telah diberikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada LLDIKTI Wilayah 7 Jawa Timur, Jajaran Rektorat dan LPPM Universitas PGRI Madiun atas pembinaan, masukan dan arahan yang telah diberikan.

REFERENSI

- Anggraini, T.M & Wijaya, A.L. (2021). Laporan Studi Independen: Pemberdayaan Anak Panti Asuhan Darut Taubah Kotamadiun Melalui "Sol Sepi Mi" (Sosialisasi, Edukasi, Dan Pendampingan *Economy Creative*) Untuk Meraih Masa Depan Cemerlang. Prodi Akuntansi Universitas Pgrri Madiun: Tidak Dipublikasikan.
- Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi. (2021). Buku Pedoman Indikator Kinerja Perguruan Tinggi Versi Ke-2.
- Ayumida, S., Natalia, F., Nuraeni, Y.S. (2019). Pelatihan Pembuatan Blog Di Yayasan Yatim, Piatu Dan Dhuafa Rumah Harapan, Teluk Jambe Timur Karawang. *Jurnal Abdimas Bsi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2): 316–322. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.V2i2.6152>
- Dewi, N.H.U., Prawitowati, T., Almilia, L.S., Mursita, L.Y. (2020). Peningkatan Life Skill Anak Panti Asuhan Yatim Melalui Pelatihan Komputer Dan Job Preparation Pada Yayasan Pendidikan & Penyantunan Anak Yatim (Yppay) Adinda. *Darmabakti : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2): 65–73. <https://doi.org/10.31102/Darmabakti.2020.1.2.65-73>

- Permana, T.I., Siti, M.Q., Ladysyah, F.R., Nur, H.H., Hanifa, R.R., Yeni, S., Aning, R. (2021). Pembentukan Karakter Wirausaha Anak Panti Asuhan Aisyiyah Dinoyo Malang Melalui Batik Celup. *International Journal Of Community Service Learning*, 5(1): 51-58. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v5i1.30025>
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1): 41-47. <https://doi.org/10.29407/Gj.v4i1.13906>
- Tiarawati, M., & Widyastuti, W. (2017). Pemberdayaan Remaja Panti Asuhan Melalui Pembuatan Nugget Guna Menumbuhkan Minat Berwirausaha. *J-Abdipamas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1): 118-127. <https://doi.org/10.30734/J-Abdipamas.v1i1.89>
- Wahyudi, R., Riyanto, A.D., Berlilana. (2019). Pelatihan Aplikasi Teknis Pengembangan Online Marketing Bagi Ukm Se-Balingmascakeb. *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat (Jpmm)*, 1(1): 21-30.
- Wiediwati, A.M., Anggi, A.P., Galang, B. (2019). Pelatihan Pelatihan Digital Marketing Strategy Untuk Mencapai Kemandirian Masyarakat. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1): 147-157. <https://doi.org/10.31849/Dinamisia.v3i1.2676>
- Wijaya, A.L., Fauziah, M.N., Pangastuti, P.K. (2021). Pelatihan Pengemasan Produk Dan Pengelolaan Akun Marketplace Pada Usaha Mikro " Namida " Masker Magetan. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3): 150-154.

Copyright and License



This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

© 2022 Anggita Langgeng Wijaya, Astika Kusuma Ayu Rosalianita Sari, Karuniawati Hasanah