



PEMBERDAYAAN PELAKU USAHA PERIKANAN BERBASIS TEKNOLOGI DIGITAL

Arafat Febriandirza¹, Maesaroh^{2*}, Eka Kartikawati³, Irdalisa⁴, Mega Elvianasti⁵, Widia Anggraeni⁶

¹Prodi Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Indonesia,

^{2,3,4,5,6}Prodi Pendidikan Biologi, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Indonesia

¹arafat@uhamka.ac.id, ²maesyaroh@uhamka.ac.id, ³eka.kartikawati@uhamka.ac.id,

⁴irdalisa@uhamka.ac.id, ⁵megaelvianasti@uhamka.ac.id, ⁶widiaanggraeni267@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Kelompok usaha pindang bandeng di Kabupaten Bekasi memulai usaha dalam bidang perikanan sekitar 20 tahun. Selama perjalanan usahanya, produk pindang ikan bandeng diproduksi dan distribusikan secara konvensional. Sumber daya manusia merupakan salah satu keterbatasan dalam pengembangan usaha pindang bandeng. Kegiatan ini dilaksanakan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan bagi pelaku usaha pindang bandeng terkait pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung aktivitas usaha. Metode yang digunakan dalam kegiatan yaitu berupa seminar pemberian materi dan workshop keterampilan teknologi digital. Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa terdapat perubahan pengetahuan dalam proses pengemasan produk dan pemasaran menggunakan digital marketing. Seluruh peserta kegiatan menyatakan bahwa pendampingan pelaku usaha perikanan ini bermanfaat untuk mereka. Melalui kegiatan ini para peserta memperoleh pengetahuan, dan keterampilan tentang proses produksi dan pemasaran usaha pindang menggunakan teknologi digital. Diperlukannya tindak lanjut dan waktu pendampingan yang lebih panjang dalam upaya membuat pelaku usaha lebih mudah beradaptasi dan mandiri.

Kata Kunci: Digital Marketing; Pindang Ikan; UMKM; Usaha Perikanan.

Abstract: *Pindang bandeng business group in Bekasi Regency started a business in the fishery sector for about 20 years. During the course of its business, milkfish pindang products were produced and distributed conventionally. Human resources are one of the limitations in the development of milkfish pindang business. This activity is carried out to provide understanding and skills for milkfish pindang business actors regarding the use of digital technology to support business activities. The method used in the activity is in the form of seminars on providing material and workshops on digital technology skills. The results of the activity evaluation show that there is a change in knowledge in the process of product packaging and marketing using digital marketing. All participants of the activity stated that the assistance of fishery business actors was beneficial for them. Through this activity, participants gain knowledge and skills about the production process and marketing of pindang businesses using digital technology. The need for follow-up and longer mentoring time in an effort to make business actors more adaptable and independent.*

Keywords: *Digital Marketing; Fishery Business; Pindang; UMKM.*



Article History:

Received : 27-08-2022

Revised : 02-10-2022

Accepted : 14-10-2022

Online : 22-10-2022



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. PENDAHULUAN

Kelompok usaha Pindang Bandeng di Kecamatan Pebayuran, Kabupaten Bekasi memulai usaha dalam bidang perikanan sekitar 20 tahun yang lalu

dan saat ini memiliki anggota kelompok sebanyak 30 orang dengan mayoritas anggota merupakan para ibu dengan rentang usia 37 – 60 tahun. Anggota kelompok Pindang Bandeng aktif melakukan produksi dan penjualan sekitar 3 – 10 Kg pindang tradisional per orang. Ikan bandeng produksi anggota kelompok pindang bandeng dimasak menggunakan api tungku maupun kompor gas dengan metode pengemasan konvensional menggunakan daun tebu, daun pisang atau kertas koran. Distribusi produk pindang ikan bandeng dilakukan secara konvensional berkeliling menuju wilayah desa- desa sekitar wilayah produksi.

Selain ikan Bandeng, terdapat beberapa jenis ikan lain yang diproduksi oleh para anggota mitra kegiatan seperti jenis ikan mas, ikan tongkol, ikan layang, dan ikan mujaer. Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini direncanakan untuk mengoptimalkan produksi dan pemasaran dari ikan bandeng sebagai *pilot project* untuk kelompok usaha tersebut.



Gambar 1. Produk Pindang Bandeng Mitra.

Hasil penelitian Sari & Suprpto (2019) menyatakan bahwa untuk dapat meningkatkan daya saing UMKM olahan ikan yaitu faktor dominan yang paling menentukan yaitu berasal dari faktor internal. Sumber daya manusia yang relatif sulit untuk berkembang merupakan salah satu keterbatasan pemasaran usaha Pindang Bandeng berjalan di tempat selama lebih dari 20 tahun usianya dalam dunia perikanan. Usaha Pindang Bandeng telah mengalami banyak jatuh bangun terutama dalam hal permodalan, sebagian besar anggota kelompok yang berhutang untuk Ikan Bandeng yang telah mereka pasarkan. Hasil wawancara dari salah satu anggota kelompok (55 tahun), mengatakan bahwa: “kami terbiasa berhutang untuk kebutuhan-kebutuhan insidental atau diluar kebutuhan dasar seperti biaya berobat keluarga yang sakit, biaya anak sekolah, bahkan biaya suami berangkat kerja ke kota besar. Walau demikian, rata-rata anak dari anggota kelompok Pindang Ikan ini mengalami putus sekolah ada yang di tingkat SD, SMP atau SMA.

Pada masa pandemi yang lalu penjualan secara konvensional dari anggota kelompok Pindang Ikan Bandeng mengalami penurunan. Berdasarkan data yang kami peroleh dari hasil wawancara, anggota kelompok biasanya membawa keuntungan bersih untuk keluarganya sekitar

50.000 sampai 70.000 untuk sekali produksi dan pemasaran. Namun saat terjadi pandemi mereka membawa pengasilan bersih maksimal Rp. 30.000 untuk keluarganya. Sistem produksi, pengemasan, dan pemasaran produk Ikan Pindang bandeng yang dilakukan secara konvensional menyebabkan usaha ini minim pengembangan. Sehingga sulit untuk memperoleh penambahan margin atau keuntungan. Oleh karena itu kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk memiliki pemahaman dan keterampilan tentang proses produksi dan pemasaran memanfaatkan teknologi digital dengan harapan dapat membantu meningkatkan profit penjualan. Penelitian (Hudaya et al., 2017) menyatakan bahwa perlu adanya peningkatan bantuan bagi usaha pengolahan ikan skala rumah tangga berupa penyuluhan, peralatan, dan permodalan di provinsi Jawa Barat. Selain itu, diperlukan perpanjangan waktu bagi pendampingan UMKM agar terjadi perubahan dan kemajuan (Ati Kusmiati, 2022), (Sigalingging et al., 2020).

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan Agustus tahun 2022 dengan peserta kegiatan yaitu pelaku usaha pindang bandeng dan warga wilayah sekitar yang merupakan konsumen produk mitra dengan total peserta sebanyak 17 orang. Kegiatan pendampingan dilakukan dengan aktivitas seminar dan kegiatan workshop yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan menggunakan teknologi digital. Aktivitas seminar, dan workshop dilakukan selama dua hari di salah satu rumah mitra kegiatan di desa Karangreja. Sedangkan aktivitas pendampingan dilakukan melalui sosial media whatsapp dan telepon. Metode yang digunakan dalam implementasi solusi pada kegiatan ini yaitu metode praktek, ceramah, diskusi, dan tanya jawab. Tahapan kegiatan pengabdian mencakup:

- a. mengidentifikasi Masalah Bersama Mitra
- b. merumuskan Permasalahan Bersama Mitra

Hasil produksi memiliki kemasan yang kurang layak, produk tidak memiliki sertifikasi kualitas makanan, masa kadaluarsa produk relatif pendek, dan metode pemasaran masih konvensional.

- c. perumusan Solusi Permasalahan Mitra Bersama Mitra

Solusi yang dirumuskan yaitu penyuluhan peran kemasan bagi produk makanan, pelatihan proses sertifikasi bagi produk makanan, pelatihan *packaging* dengan mesin teknologi *vacum sealer*, dan pelatihan pemasaran berbasis kerjasama mitra dan *digital marketing*.

- d. perancangan merk dan implementasi mesin pengemas

Kegiatan pada tahap berikutnya yaitu perancangan kemasan dan implementasi mesin pengemas menggunakan teknologi vakum. Pada tahap ini akan diberikan penyuluhan dan pelatihan kepada mitra oleh instruktur. Penyuluhan tersebut tentang pentingnya pengaruh kemasan yang layak dan menarik bagi produk yang akan dipasarkan.

Operasional mesin pengemas dan sekaligus perawatan juga diberikan kepada mitra dalam bentuk pelatihan.

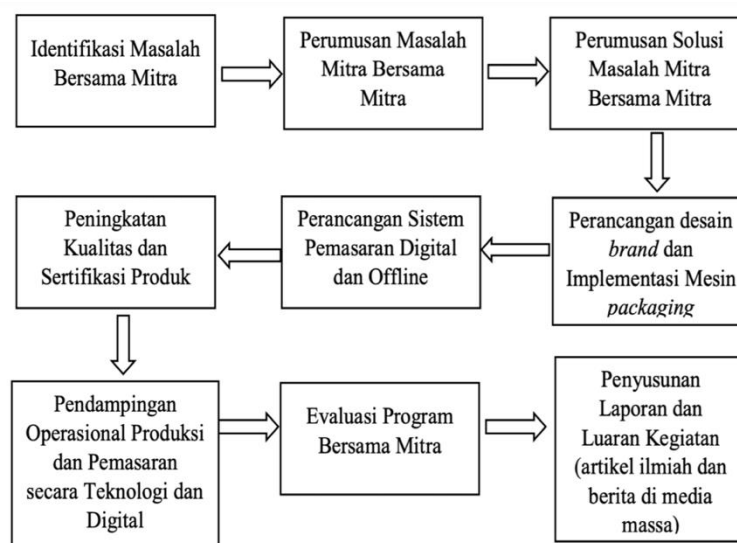
e. Perancangan sistem pemasaran digital dan kerjasama mitra

Kegiatan pada tahap ke lima yaitu perancangan system kerjasama mitra dan pemasaran digital. Pada tahap ini juga akan dilakukan beberapa kali pelatihan dan pendampingan oleh ketua tim pengusul tentang strategi pemasaran digital dan kerjasama dengan mitra. Diharapkan kelompok usaha nantinya dapat mandiri untuk terus melangsungkan sistem pemasaran yang sudah dilahirkan.

f. Peningkatan kualitas dan sertifikasi produk

Kegiatan pada tahap berikutnya yaitu pelatihan dan pendampingan peningkatan dan menjaga kualitas produk. Sehingga produk hasil mitra dapat tersertifikasi oleh MUI dan BPOM.

g. Mengevaluasi program bersama mitra



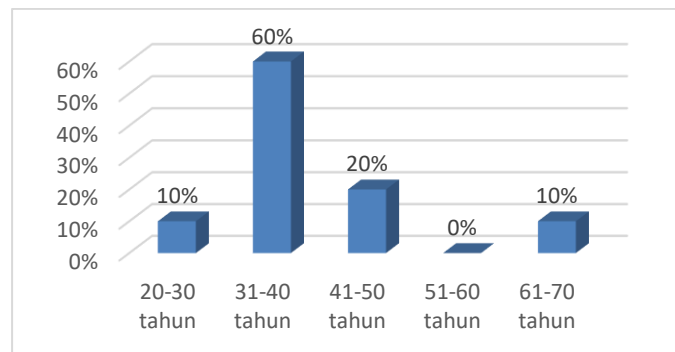
Gambar 2. Alur Pelaksanaan Kegiatan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada ini dijelaskan tentang karakteristik peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan aktivitas peserta (konsumen dan pedagang) kegiatan terkait dengan usaha pengolahan ikan.

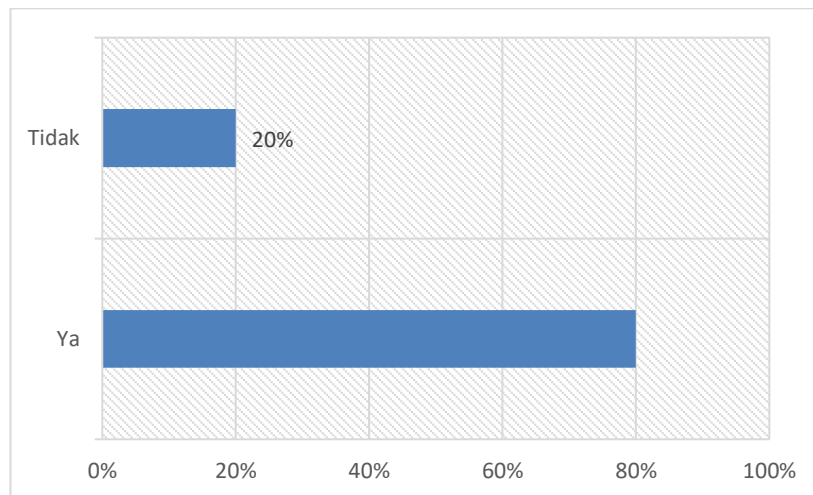
1. Karakteristik Peserta Kegiatan

Pada bagian karakteristik peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat mencakup informasi tentang usia, dan kondisi anggota keluarga peserta.



Gambar 3. Rentang Usia Peserta Kegiatan.

Berdasarkan data pada Gambar 3. diketahui bahwa peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat paling banyak berada pada rentang usia produktif yaitu 31-40 tahun dengan presentase sebesar 60%. Pada urutan kedua terbanyak peserta pada usia 51-60 tahun sebesar 20%. Sedangkan peserta kegiatan pada usia 20-30 tahun dan 61-70 tahun memiliki presentase yang sama yaitu sebesar 10%. Selanjutnya, dilaporkan tidak ada peserta kegiatan yang berada pada usia 51-60 tahun.



Gambar 4. Kondisi Anggota Keluarga Peserta Kegiatan.

Pada keadaan anggota keluarga peserta kegiatan dilaporkan sebanyak 80% peserta memiliki anak kecil usia sekolah dan atau ibu hamil. Sedangkan sisanya sebanyak 20% tidak memiliki anak kecil dan atau ibu hamil pada keluarganya. Pertumbuhan dan perkembangan anak-anak sangat dipengaruhi oleh nutrisi yang dimakan (Araina et al., 2020). Melalui rutin konsumsi makan ikan secara berkala khususnya pada ibu hamil dan anak-anak dapat bermanfaat untuk kesehatan, kecerdasan dan kekuatan, serta mencegah terjadinya *stunting* (Rachmah et al., 2020), (Trisngati, U., Genarsih, 2022). Pada hasil penelitian lainnya, diketahui bahwa sebagian besar remaja sekolah belum memahami tentang gizi seimbang dalam porsi makanan (Wijaya et al., 2021).

2. Aktivitas Peserta Kegiatan Terkait dengan Perikanan

Aktivitas peserta kegiatan yang terkait dengan perikanan dijelaskan mencakup jenis dan pengolahan ikan yang paling disukai, frekuensi dalam konsumsi ikan, dan kendala yang dihadapi dalam konsumsi ikan. Berikut merupakan beberapa dokumentasi aktivitas usaha perikanan yang dilakukan.

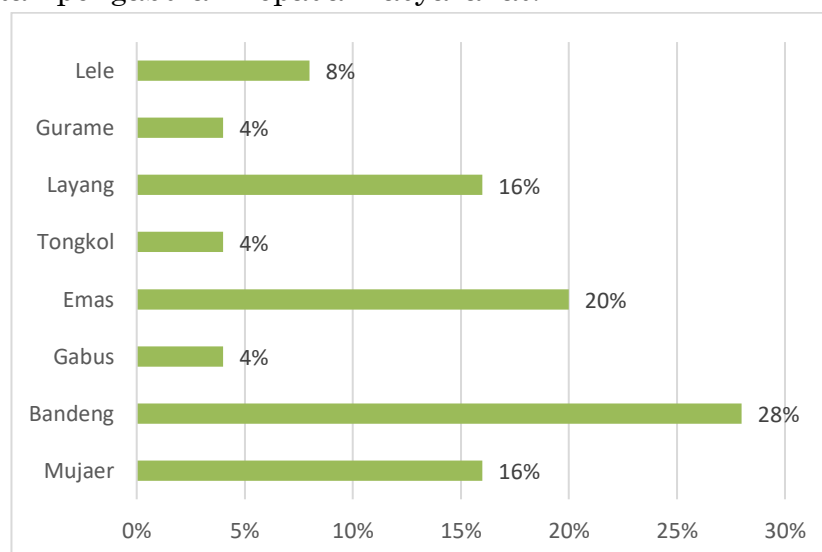


Gambar 5. Aktivitas Mitra Pindang Bandeng.

Pada gambar 5. Dapat dilihat aktivitas penimbangan ikan yang dilakukan sebelum proses produksi pemindangan oleh mitra kegiatan. Beberapa ikan yang diproduksi dan dipasarkan oleh mitra kegiatan yaitu ikan bandeng, layang, tongkol, dan ikan emas. Untuk mengidentifikasi tingkat peminatan jenis-jenis ikan tersebut dilakukan survey melalui wawancara non formal kepada konsumen ikan yang menyimak rangkaian kegiatan pelatihan. Selain itu, dilakukan juga analisis potensi penjualan ikan-ikan yang dihasilkan mitra kegiatan melalui kegiatan wawancara terhadap konsumen.

3. Jenis Ikan yang Paling Disukai Masyarakat Sekitar

Berikut merupakan data jenis ikan yang paling disukai oleh peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat.



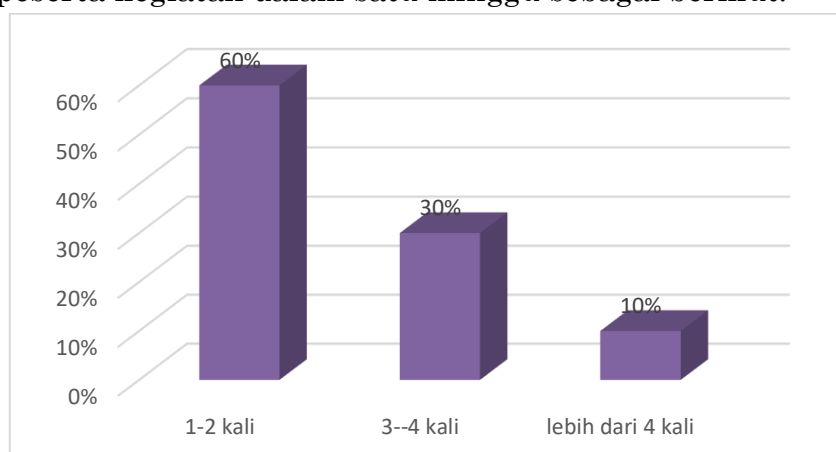
Gambar 6. Varian Jenis Ikan yang Paling Disukai.

Setelah disajikan beberapa varian jenis-jenis ikan yang kemungkinan dapat dikonsumsi oleh peserta kegiatan, jenis ikan bandeng merupakan ikan yang paling digemari untuk dikonsumsi oleh

para peserta dengan presentase sebesar 28%. Pada bagian berikutnya, ikan emas merupakan jenis terbanyak kedua yang disukai oleh peserta kegiatan dengan presentase sebesar 20%. Jenis ikan layang dan mujaer menempati posisi ketiga yang paling banyak disukai oleh peserta kegiatan dengan presentase sebesar 16%. Sedangkan jenis ikan lele disukai oleh 8% peserta kegiatan. Pada urutan terakhir, jenis ikan gurame, tongkol, dan gabus disukai masing-masing oleh sebanyak 4% peserta kegiatan. Salah satu cara pengolahan ikan yang umum dan digemari oleh peserta pelatihan yaitu dengan cara pemindangan. Berdasarkan hasil penelitian (Syahril et al., 2021) pemindangan ikan memiliki potensi peluang pasar yang sangat besar.

a. Frekuensi Konsumsi Ikan Masyarakat

Berdasarkan data hasil kuesioner yang diberikan kepada peserta kegiatan, diketahui frekuensi konsumsi makan ikan yang dilakukan oleh peserta kegiatan dalam satu minggu sebagai berikut.



Gambar 7. Frekuensi Konsumsi Ikan Perminggu.

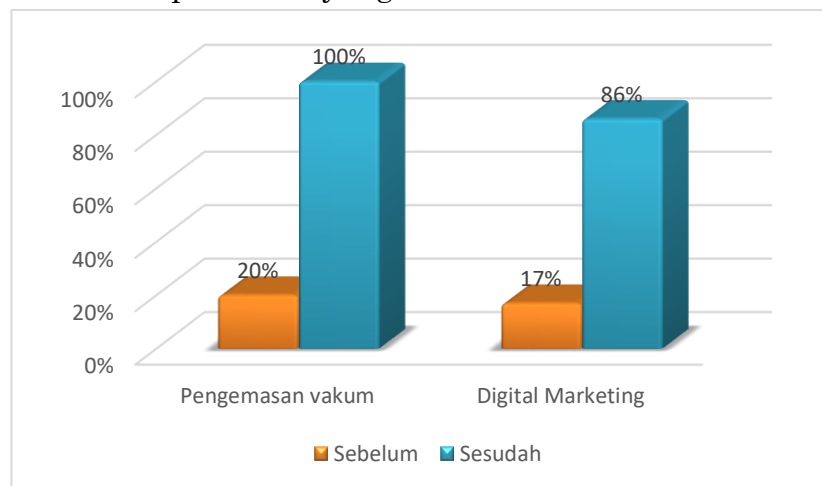
Peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat menyatakan frekuensi mengonsumsi ikan dalam satu minggu sebanyak 1-2 kali dengan presentase sebesar 60%. Sedangkan frekuensi konsumsi ikan sebanyak 3-4 kali dilakukan oleh 30% peserta kegiatan. Terdapat 10% peserta kegiatan yang mengonsumsi ikan sebanyak lebih dari 4 kali setiap minggunya.

b. Kendala dalam Konsumsi Ikan

Berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara terhadap peserta kegiatan yang berasal dari konsumen, diketahui bahwa terdapat dua kendala dalam mengonsumsi ikan dalam kehidupan sehari-hari. Kendala tersebut yaitu adanya alergi terhadap jenis ikan tertentu seperti ikan bandeng, ikan teri yang dialami sebagian peserta kegiatan, serta harga ikan yang dinyatakan cukup mahal untuk kemampuan keuangan beberapa orang peserta kegiatan. Konsumsi ikan dapat dilakukan melalui diversifikasi hasil olahan ikan menjadi beberapa produk lainnya yang bernilai gizi misalnya bakso ikan, siomay ikan, pempek ikan, dan otak-otak ikan (Surasno et al., 2022).

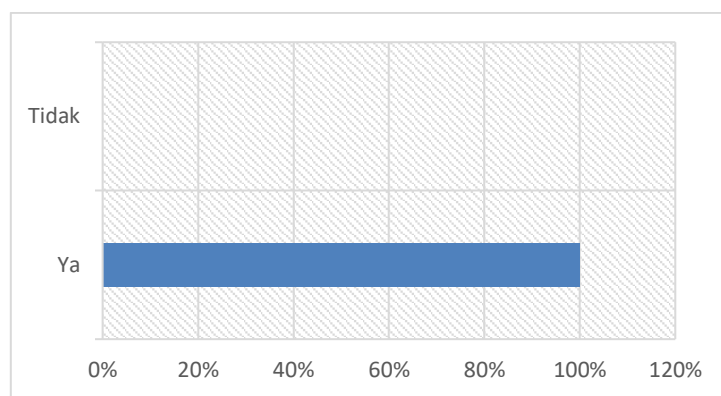
4. Evaluasi Peserta Kegiatan

Pada bagian ini disampaikan tentang evaluasi hasil kegiatan yang berupa hasil sebelum dan sesudah proses pelatihan yang diberikan. Hasil evaluasi menggambarkan tentang pengetahuan dan keterampilan peserta dalam proses pengemasan menggunakan vakum, dan proses *digital marketing* menggunakan *social media* dan *market place*. Selain itu, diberikan juga informasi tentang pendapat peserta kegiatan tentang kebermanfaatannya pelatihan yang diadakan.



Gambar 8. Hasil Evaluasi Kegiatan.

Berdasarkan informasi data hasil kuesioner kegiatan pada Gambar 8. diketahui sebanyak 20% peserta kegiatan minimalnya telah mengetahui konsep pengemasan menggunakan vakum *sealer*. Sedangkan setelah proses pelatihan dilaksanakan, seluruh peserta kegiatan memahami konsep dan penggunaan mesin pengemas menggunakan sistem vakum. Pada bagian lain, sebanyak 17% peserta kegiatan telah familiar dengan konsep berjualan secara online melalui social media dan *market place*. Setelah proses pendampingan diketahui sebanyak 86% kegiatan memahami pelaksanaan proses *digital marketing* tersebut. Beberapa strategi pemasaran olahan ikan yang dapat dilakukan adalah dengan cara memperluas jaringan pemasaran, mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, meningkatkan pelayanan dan kerjasama dengan instansi terkait (Setiyorini et al., 2018), (Prasetyo et al., 2020), (Hardjanto & Windoatmoko, 2021), (Haqiqiansyah & Sugiharto, 2021).



Gambar 9. Evaluasi Kebermanfaatan Kegiatan.

Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa seluruh peserta kegiatan (100%) menyatakan bahwa pendampingan pelaku usaha perikanan ini bermanfaat untuk mereka. Melalui kegiatan ini para peserta memperoleh pengetahuan, dan keterampilan tentang proses produksi dan pemasaran usaha pindang menggunakan teknologi digital. Salah satu kegiatan program pendampingan yang dilakukan oleh pemerintah dan berhasil meningkatkan pendapatan masyarakat yaitu melalui PUMP (Pengembangan Usaha Mina Pedesaan) (Hikmayani & Yulisti, 2016).

D. SIMPULAN DAN SARAN

Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa terdapat perubahan pengetahuan dalam proses pengemasan produk dan pemasaran menggunakan digital marketing. Seluruh peserta kegiatan menyatakan bahwa pendampingan pelaku usaha perikanan ini bermanfaat untuk mereka. Melalui kegiatan ini para peserta memperoleh pengetahuan, dan keterampilan tentang proses produksi dan pemasaran usaha pindang menggunakan teknologi digital. Diperlukannya tindak lanjut dan waktu pendampingan yang lebih panjang dalam upaya membuat pelaku usaha lebih mudah beradaptasi dan mandiri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami menyampaikan terimakasih kepada LPPM UHAMKA yang telah memberikan pendanaan kepada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Araina, E., Sulistyaningrum, T. W., & Firlianty, F. (2020). Edukasi Mengenai Peranan Mahluk Hidup Dan Kandungan Nilai Gizinya Terhadap Tumbuh Kembang Anak Usia Dini. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 141-149. <https://doi.org/10.31571/gervasi.v4i1.1382>
- Ati Kusmiati. (2022). Pemberdayaan UMKM Olahan Ikan Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Keluarga. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 234-242.

- <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i1.879>
- Haqiqiansyah, G., & Sugiharto, E. (2021). Profil dan Kinerja Usaha Olahan Perikanan di Kelurahan Sarijaya Kecamatan Sanga Sanga Kabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal Pertanian Terpadu*, 9(1), 1–12. <https://doi.org/10.36084/jpt.v9i1.307>
- Hardjanto, K., & Windoatmoko, W. (2021). Profil Usaha Pemindangan Ikan pada Sentra Pengolahan Ikan Kota Magelang. *Jurnal Penyuluhan Perikanan Dan Kelautan*, 15(3), 261–276.
- Hikmayani, Y., & Yulisti, M. (2016). Dampak Ekonomi Program Pengembangan Usaha Mina Pedesaan (Pump) Pada Usaha Pengolahan Dan Pemasaran Hasil Perikanan. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*. 10(2). 229-240. <https://doi.org/10.15578/jsekp.v10i2.1262>
- Hudaya, Y., Hubeis, A. V., Sugihen, B., & Fatchiya, A. (2017). Pemberdayaan Pengolah Ikan Skala Rumah Tangga Di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*. 12 (2). 189-202. <https://doi.org/10.15578/jsekp.v12i2.6433>
- Prasetyo, B., Hubeis, M., Purwanto, B., Agatis, J., & Darmaga, K. I. P. B. (2020). Evaluasi Bantuan Modal Pengembangan Usaha Mina Pedesaan Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan di Kabupaten Bogor (Studi Kasus UKM Penerima Bantuan PUMP-P2HP Tahun 2012-2014). *Manajemen IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*. 15(1). 10–18.
- Rachmah, Q., Indriani, D., Hidayah, S., Adhela, Y., & Mahmudiono, T. (2020). Pendidikan Gizi Gemar Makan Ikan Sebagai Upaya Peningkatan Pengetahuan Ibu tentang Pencegahan Stunting Di Desa Gempolmanis Kecamatan Sambeng Kabupaten Lamongan Provinsi Jawa Timur. *Amerta Nutrition*, 4 (2). 165-170. <https://doi.org/10.20473/amnt.v4i2.2020.165-170>
- Sari, D., A., & Suprpto, R. (2019). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Pengolahan Ikan Melalui Analisis Swot. *Stability: Journal of Management and Business*, 1 (2). 110-122. <https://doi.org/10.26877/sta.v1i2.2857>
- Setiyorini, E. S., Noorachmat, B. P., & Syamsun, M. (2018). Strategi Pemasaran Produk Olahan Hasil Perikanan pada UMKM Cindy Group. *Manajemen IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*. 13(1). 19-28. <https://doi.org/10.29244/mikm.13.1.19-28>
- Sigalingging, R. I. K., Soebhakti, H. O., & Susilawati, T. (2020). Penyuluhan Pengolahan Perikanan pada Poklarsar di Kecamatan Darma, Kabupaten Kuningan , Jawa Barat [Fishery Processing Extension at Poklarsar in Darma District , Kuningan. *Jurnal Penyuluhan Perikanan Dan Kelautan*, 14(3), 315–328.
- Surasno, D. M., Mansyur, S., Rahayu, A., & Kurniawan, D. (2022). Edukasi Pemanfaatan Makanan Berbasis Pangan Lokal di Kelurahan Gubukusuma Kota Tidore Kepulauan Tahun 2022. *Jurnal Biosaintek*. 4 (2), 57–60.
- Syahril, S., et al., (2021). Peningkatan Nilai Tambah Ikan Melalui Metode Pemindangan Di Desa Ketupat Kecamatan Raas. *Jurnal Abdimas Sosek: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Sosial Ekonomi*. 2 (3). 16-18. <http://journal.pdmi-pusat.org/index.php/jas/article/view/52>

Trisngati, U., Genarsih, T. (2022). Edukasi Gemar Ikan: Upaya Peningkatan Kesadaran dan Kepedulian Sosial Mahasiswa. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2 (1). 779–784. <http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>

Wijaya, S., Fadhillah, M., Mulyanti, P. P., Utari, S. A., Kedokteran, F., Jakarta, U. M., & Dahlan, J. K. H. A. (2021). Edukasi Pentingnya Gizi Seimbang Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Siswi Tataboga Sma Plus Pgri Cibinong. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1–4.

DOKUMENTASI KEGLIATAN

Berikut merupakan dokumentasi plaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.



Gambar 10. Foto Bersama Narasumber dan Peserta Kegiatan.



Gambar 11. Peserta Kegiatan Praktik Membuat Pindang