

## PENINGKATAN KOMPETENSI PEMASARAN PRODUK WARGA BELAJAR PUSAT KEGIATAN BELAJAR MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN MARKETPLACE DAN CANVA

Safuri Musa<sup>1\*</sup>, Sri Nurhayati<sup>2</sup>, Rahmi Zubaedah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Pendidikan Masyarakat, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

<sup>2</sup>Pendidikan Masyarakat, IKIP Siliwangi, Indonesia

<sup>3</sup>Fakultas Hukum, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

[safuri@unsika.ac.id](mailto:safuri@unsika.ac.id)<sup>1</sup>, [srinurhayati@ikipsiliwangi.ac.id](mailto:srinurhayati@ikipsiliwangi.ac.id)<sup>2</sup>, [rahmi.zubaedah@fh.unsika.ac.id](mailto:rahmi.zubaedah@fh.unsika.ac.id)<sup>3</sup>

### ABSTRAK

**Abstrak:** Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Sanggar Juang dengan warga belajar pendidikan kecakapan hidup sejumlah 20 orang. Produk yang dihasilkan oleh warga belajar program pendidikan kecakapan hidup di PKBM Sanggar Juang antara lain olahan pangan local seperti keripik talas, sabun pencuci piring, keripik sayur, dan makanan ringan. Mitra mengalami kendala dalam membuat desain merk, menjual hasil produksi secara online dan bagaimana membuat label kemasan yang menarik. Tujuan dari kegiatan pelatihan ini adalah mitra memiliki pengetahuan baru mengenai pemasaran produk secara online melalui market place, dan peningkatan kemampuan desain merk dan desain kemasan produk. Kegiatan yang diberikan oleh tim peneliti adalah pembuatan akun marketplace serta optimalisasi marketplace untuk menjual produk warga belajar PKBM Sanggar Juang dan pelatihan pembuatan desain merk dan desain label kemasan dengan menggunakan aplikasi Canva. Metode pada pengabdian ini diawali dengan kegiatan perencanaan, pelaksanaan dan terakhir dilakukan observasi dan evaluasi. Pada perencanaan tim melakukan wawancara pemberian pretest dan observasi, sedangkan pada saat pelaksanaan tim melakukan kegiatan pelatihan dan diakhiri dengan melakukan evaluasi berupa posttest dan pengawasan serta pendampingan penggunaan pengetahuan setelah dilakukan pelatihan. Hasil kegiatan pengabdian pelatihan yang diberikan menunjukkan bahwa para peserta telah mampu membuat design merk dan desain kemasan yang menarik, warga belajar PKBM Sanggar Juang juga sudah mampu membuat akun di beberapa marketplace dimana peningkatan pengetahuan peserta sebesar 35% dan dari evaluasi pelatihan bahwa 25% menyatakan pelatihan baik dan 75% menyatakan pelatihan ini Sangat Baik.

**Kata Kunci:** Pemasaran Produk; Pelatihan Desain Canva; PKBM.

**Abstract:** Community Learning Activity Center (PKBM) Sanggar Juang with 20 people learning life skills education. The products produced by residents studying the life skills education program at PKBM Sanggar Juang include processed local foods such as taro chips, dish soap, vegetable chips, and snacks. Partners experience problems in making brand designs, selling products online and how to make attractive packaging labels. The purpose of this training activity is for partners to have new knowledge about online product marketing through market places, and to improve brand design and product packaging design capabilities. The activities provided by the research team were creating a marketplace account and optimizing the marketplace to sell products for the Sanggar Juang PKBM learning community and training on making brand designs and packaging label designs using the Canva application. The method of this service begins with planning, implementation and finally observation and evaluation. In planning, the team conducted interviews with pretests and observations, while during the implementation the team carried out training activities and ended with an evaluation in the form of posttests and supervision and assistance in the use of knowledge after the training. The results of the training service activities provided indicate that the participants have been able to create attractive brand designs and packaging designs, PKBM Sanggar Juang learning residents have also been able to create accounts in several marketplaces where the participants' knowledge increased by 35% and from the training evaluation that 25% stated that the training good and 75% said this training was Very Good.

**Keywords:** Product Marketing; Canva Design Training; Community Learning Center.



#### Article History:

Received: 07-09-2022

Revised : 23-10-2022

Accepted: 02-11-2022

Online : 01-12-2022



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

## A. LATAR BELAKANG

Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat Sanggar Juang terletak di Jl. Krajan II Rt.007/Rw.003 Kelurahan Cirejag Kecamatan Jatisari, Kabupaten Karawang berdasarkan surat keputusan Bupati no 420.1/946.1/PAUD DIKMAS pada tanggal 14 Juli 2020. PKBM Sanggar Juang ditunjuk pengusul sebagai mitra pertama dalam program kemitraan masyarakat. Kegiatan yang terdapat pada PKBM Sanggar Juang antara lain program pendidikan kesetaraan setara SD, SMP, dan SMA, program kecakapan Hidup kursus dan pelatihan, dan program taman bacaan masyarakat (TBM) (Hasan & Nurhayati, 2012; Musa, 2020; Musa & Syahid, 2020; Nurhayati et al., 2021; Suharto et al., 2021). Warga belajar yang mengikuti program pendidikan kecakapan hidup berjumlah 20 orang. Adapun produk dari program pendidikan kecakapan hidup yang diselenggarakan di PKBM Sanggar Juang yaitu: Sabun cuci piring, olahan pangan lokal inovatif, variatif dan sehat seperti stick sukun crispy, kerupuk beluntas, keripik pisang, dan keripik bawang. PKBM Sanggar Juang juga sering mengadakan kumpul dengan masyarakat sekitar untuk memanfaatkan lahan pekarangan sebagai tempat mendiskusikan optimalisasi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang ada di sekitar desa/kelurahan Cirejag (Hermawan & Suryono, 2016; Rukanda et al., 2020b, 2020a).

Hasil wawancara dengan ketua PKBM Sanggar Juang Bapa Tedi mengenai susunan organisasi, program-program yang disusun PKBM Sanggar Juang ini lebih mengedepankan program pendidikan kesetaraan dan pendidikan kecakapan hidup bagi masyarakat sekitar. Hal ini dikarenakan warga yang ada di sekitar lokasi PKBM Sanggar Juang banyak yang putus sekolah dikarenakan latar belakang ekonomi serta program pendidikan kecakapan hidup diselenggarakan untuk meningkatkan dan mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan pemberdayaan ekonomi warga belajar PKBM Sanggar Juang (Intadiyah et al., 2021; Nurhayati & Falah, 2020; Sanuri, 2020; Simanjuntak & Fawzi, 2021). PKBM Sanggar Juang juga sering bekerjasama dengan Universitas Singaperbangsa Karawang dalam rangka peningkatan kapasitas (*capacity building*) masyarakat di Kabupaten Karawang dalam konteks upaya peningkatan Human Development Index di Kabupaten Karawang khususnya (Fadillah & Setiartiti, 2021; Islahi & Nasrin, 2022; Nainggolan et al., 2022; Sudarwati, 2021). Sejalan dengan tujuan didirikannya Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat yaitu untuk menyediakan layanan pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan belajar masyarakat, dirancang oleh masyarakat, dilaksanakan oleh masyarakat, dan bertujuan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam pembangunan.

Pada tahun 2022 PKBM Sanggar Juang ini mulai menghasilkan beberapa produk olahan dari hasil pertanian seperti buah sukun yang tumbuh subur di sekitar kelurahan Cirejag, buah pisang, beluntas, dan

bawang. Warga belajar yang mengikuti program kecakapan hidup juga mulai memproduksi sabun cuci piring dan sablon. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan Ketua PKBM Sanggar Juang yaitu Pak Tedi. Pada Tanggal 12 Juli 2022 terkait dengan kegiatan yang sudah dilakukan dan kendala yang dihadapi, ada beberapa informasi yang berhasil dikumpulkan. Mitra belum memiliki akun marketplace untuk memasarkan produk olahan yang dihasilkan, minimnya pengetahuan dari warga belajar PKBM Sanggar Juang mengenai penjualan secara online melalui marketplace misalnya Shopee.

Hasil wawancara dengan ketua PKBM Sanggar Juang juga didapatkan permasalahan mengenai kemampuan warga belajar dalam mendesain label kemasan pada produk yang menarik dan menjual. Ketua PKBM Sanggar Juang menginginkan agar ke depannya bisa dipasarkan di sentra oleh-oleh Karawang, Hotel, maupun di obyek wisata dan di stasiun, jadi diperlukan peningkatan kemampuan dari warga belajar PKBM Sanggar Juang dalam memasarkan produknya melalui marketplace serta mendesain label kemasan produk yang dihasilkan (Patimang & Saraswaty, 2022; Sudiatmika et al., 2022).

Solusi yang ditawarkan dari tim pengabdian melihat dari masalah yang diambil dari hasil wawancara dan observasi adalah dengan mengadakan pelatihan pemanfaatan marketplace, yaitu di platform Shopee dan pelatihan desain kemasan atau label dan merek produk berbasis aplikasi Canva. Tujuan dari pelaksanaan pengabdian ini adalah memberikan peningkatan kemampuan warga belajar PKBM Sanggar Juang mengenai desain label, desain kemasan dan membuat serta mengelola akun marketplace di aplikasi shopee.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian kegiatan diawali dengan analisis kebutuhan belajar mitra serta penjelasan mengenai gambaran kegiatan. Pada tahapan ini peserta juga diberikan pre-test dengan jumlah soal 15 untuk mengukur kemampuan awal peserta sebelum dilakukan pelatihan. Tahap ini juga dari tim pengabdian meminta mendapatkan ide mengenai nama label/merek produk dan nama untuk akun di marketplace yang akan dibuat. Kegiatan selanjutnya diadakan pelatihan cara membuat dan mengelola akun toko penjualan produk di platform Shopee. Setelah itu, diadakan juga pelatihan desain merk dan kemasan dengan menggunakan aplikasi Canva. Setelah pembuatan akun shopee selesai dilanjutkan dengan materi pengelolaan serta optimalisasi akun shopee untuk menjual produk-produk yang dihasilkan oleh warga belajar PKBM Sanggar Juang. Setelah peserta mengikuti kegiatan dilakukan evaluasi untuk melihat penerapan ilmu yang telah diberikan. Kegiatan Evaluasi dilakukan dengan cara memberikan post-test dengan jumlah pertanyaan 15 untuk melihat penyerapan materi dan sejauh mana materi itu sudah diterapkan dan bermanfaat bagi peserta

dengan cara membandingkan dengan pre-test dengan jumlah dan soal yang sama, seperti terlihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dimulai dengan tahap mengidentifikasi kebutuhan belajar mitra, identifikasi kebutuhan dilakukan pada tanggal 12 Juli 2022 dengan cara mengumpulkan data dari hasil wawancara dengan pihak pengelola PKBM serta warga belajar yang mengikuti program pendidikan kecakapan hidup. Dari data yang dikumpulkan didapatkan temuan bahwa mitra mengalami kendala dalam pemasaran produk dikarenakan belum adanya kemampuan memasarkan produk secara online serta terkendala dalam hal pengemasan produk yang kurang menarik, bahkan kemasan produk masih dibuat seadanya. Dari hasil identifikasi kebutuhan mitra tersebut, kemudian dirancang program pelatihan marketplace dan canva dalam rangka meningkatkan kompetensi pemasaran produk warga belajar PKBM. Pelaksanaan kegiatan pelatihan diselenggarakan pada tanggal 19 Juli 2022. Mitra pengabdian ini warga belajar program pendidikan kecakapan hidup di PKBM Sanggar Juang yang berjumlah 20 orang yang terdiri dari 12 orang warga belajar program pendidikan kecakapan hidup yang telah memiliki usaha rumahan berupa usaha produksi keripik sukun khas karawang, usaha sabun cuci piring, usaha produksi nasi liwet kemasan, usaha produksi keripik beluntas, keripik pisang, dan usaha sablon. 8 orang lainnya sedang mengikuti program pendidikan kecakapan hidup di PKBM Sanggar Juang Karawang namun belum memiliki usaha sendiri. Pelatihan diadakan di PKBM Sanggar Juang yang terletak di Jl. Krajan II Rt.007/Rw.003 Kelurahan Cirejag Kecamatan Jatisari, Kabupaten Karawang. Lokasi ini dipilih karena keterjangkauan lokasi dari rumah para warga belajar PKBM Sanggar Juang yang menjadi peserta pelatihan.

Pada kegiatan ini mitra sangat berperan dalam menyukseskan kegiatan ini, selain sebagai pemberi ide-ide untuk materi pelatihan, mitra juga

memberikan pendapat terkait dengan desain foto produk yang dimasukkan kedalam akun marketplace. Pada pelaksanaan kegiatan mitra juga menyediakan tempat dan waktu untuk mengikuti kegiatan pelatihan. Mitra juga dengan senang hati mengumpulkan para warga belajar untuk mengikuti kegiatan ini sampai selesai. Pelaksanaan kegiatan pelatihan diakhiri dengan kegiatan evaluasi pelatihan berupa postes dan angket kepuasan pelatihan.

### **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil Kegiatan pelatihan yang dilakukan pada PKBM Sanggar Juang berjalan sesuai dengan rencana kegiatan yang disusun. Tahapan awal dengan melakukan observasi dan analisis situasi mengenai kemampuan awal dari para warga belajar PKBM Sanggar Juang dalam merancang desain merek dan kemasan produk dan pemasaran yang dilakukan secara online melalui marketplace Shopee. Kurangnya pemahaman anggota PKBM Sanggar Juang dalam penggunaan teknologi untuk melakukan pemasaran secara online dimana mereka dalam pemasaran masih melaksanakan secara konvensional, serta belum memiliki desain merek dan desain kemasan produk yang dihasilkan. Merujuk pada hal tersebut pelaksanaan pelatihan pembuatan akun shopee serta kemampuan membuat desain merek dan kemasan mendapatkan hasil yang cukup signifikan dari peningkatan kemampuan warga belajar PKBM Sanggar Juang tentang pembuatan dan pemanfaatan akun shopee untuk pemasaran online, pembuatan merek dan desain kemasan yang menarik dan dapat menambahkan foto produk ke dalam akun Shopee.

#### **1. Tahap Persiapan Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan diawali dengan observasi ke lokasi kegiatan yaitu PKBM Sanggar Juang. Dalam kegiatan ini dilakukan wawancara dengan ketua PKBM Sanggar Juang dan warga belajar program Kecakapan Hidup di PKBM Sanggar Juang. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, PKBM Sanggar Juang belum memiliki saluran untuk melakukan penjualan produk olahan secara online dan warga belajar kesulitan membuat desain merek dan kemasan produk yang dihasilkan. Pada kegiatan ini peserta diberikan pretest untuk mengukur kemampuan awal peserta pelatihan dan meminta ide untuk nama merek produk yang warga belajar hasilkan.

Meminta Ijin kegiatan pengabdian masyarakat yang ditujukan kepada Ketua PKBM Sanggar Juang. Melakukan pengurusan administrasi untuk keperluan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada LPPM Melakukan penyusunan materi untuk pelatihan, dalam kegiatan ini tim PKM Menyusun materi pelatihan pembuatan akun marketplace di Shopee dan materi presentasi untuk pelatihan desain merek dan kemasan berbasis aplikasi Canva. Persiapan tempat untuk pelatihan yaitu menggunakan ruang kelas yang ada di PKBM Sanggar Juang.

## 2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan Pemanfaatan marketplace dan Canva Desain

Kegiatan pelatihan dilakukan secara tatap muka langsung. Kegiatan diawali dengan memberikan gambaran mengenai maksud dan tujuan pelatihan, kemudian dilakukan pengenalan profil tim pengabdian. Peserta yang hadir pada kegiatan ini 20 warga belajar PKBM Sanggar Juang. Materi pada pertemuan pertama adalah pengenalan marketplace Shopee, pembuatan akun dan pemanfaatan akun shopee untuk penjualan produk secara online yang diberikan oleh Bapak Safuri Musa dan ibu Rahmi Zubaedah. Pada pertemuan kedua diberikan materi mengenai penggunaan aplikasi Canva untuk mendesain label/merek dan kemasan produk yang dihasilkan oleh warga belajar yang diberikan oleh ibu Sri Nurhayati. Di akhir pertemuan diberikan posttest untuk mengukur kemampuan dari peserta pelatihan. Pretest dan posttest digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan pelatihan ini, dari pretest dan posttest dapat dilihat seberapa peningkatan kemampuan dari pelaksanaan pelatihan yang dilakukan. Pretest dan Posttest memiliki kesamaan soal namun dilakukan secara acak, hasil dari analisa nilai posttest dan nilai pretest. Pada Gambar 4 terlihat desain merek dan kemasan yang dihasilkan oleh peserta pelatihan. Pada Gambar 3 adalah salah satu tangkapan layar dari akun shopee yang dihasilkan peserta pelatihan, seperti terlihat pada Gambar 2, Gambar 3, Gambar 4 dan Gambar 5.



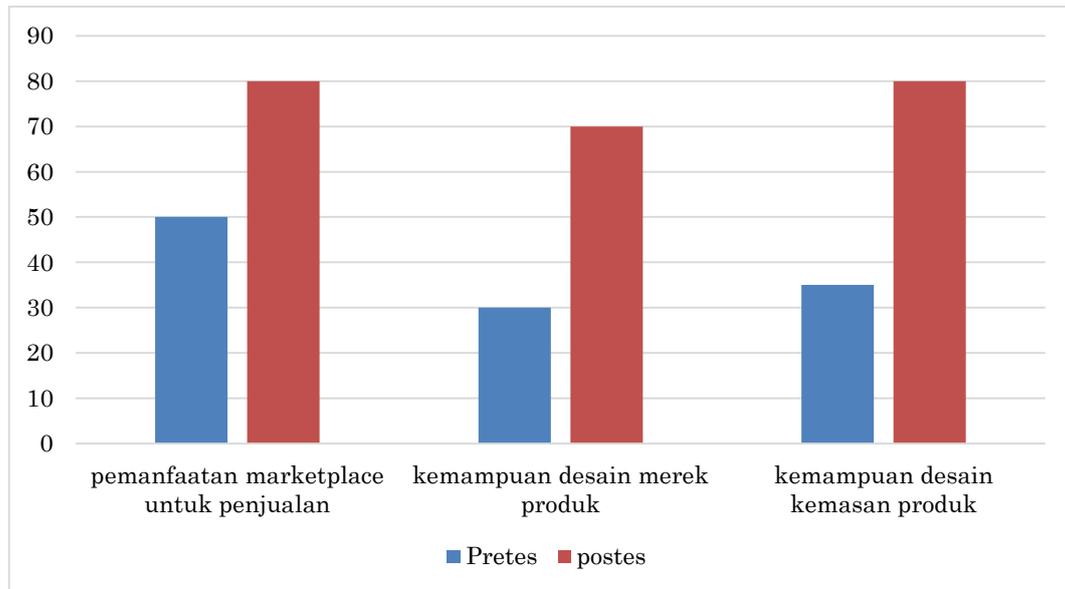
**Gambar 2.** Pelatihan Pemanfaatan marketplace dan Desain Canva



**Gambar 3.** Hasil Pratikum Pembuatan Akun Marketplace dengan platform Shopee



**Gambar 4.** Salah Satu Hasil Design Merek di kemasan produk



**Gambar 5.** Hasil PreTest dan Post Test

Gambar 5 memperlihatkan bahwa terdapat peningkatan hasil postes dalam materi pemanfaatan marketplace untuk penjualan dari yang awalnya rata-rata hasil skor pretes sebesar 50 menjadi rata-rata skor 80 ketika postes. Sedangkan dalam materi desain merek produk rata-rata skor pretes sebesar 30 pada saat postes rata-rata skor mengalami peningkatan menjadi 70. Dalam materi desain kemasan produk peserta mengalami peningkatan yang paling signifikan yaitu dari rata-rata skor pretes 35 naik menjadi rata-rata skor 80 dalam hasil postes. Setelah Pelatihan Selesai, peserta diminta mengisi tingkat kepuasan untuk melihat tingkat kepuasan peserta terhadap pelatihan yang diberikan. Adapun hasil dari tingkat kepuasan seperti terlihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Tingkat Kepuasan peserta terhadap pelatihan pemanfaatan marketplace dan Canva desain

| NO. | Jenis                       | Tingkat Kepuasan |             |
|-----|-----------------------------|------------------|-------------|
|     |                             | Hasil            | Kesimpulan  |
| 1.  | Materi Pelatihan            | 4,67             | Sangat Baik |
| 2.  | Kualitas Narasumber         | 4,5              | Sangat Baik |
| 3.  | Manfaat Pelatihan           | 4,80             | Sangat Baik |
| 4.  | Kenyamanan ruang belajar    | 4,67             | Sangat Baik |
| 5.  | Kualitas Media Pembelajaran | 4.6              | Sangat Baik |

Tabel 1 di atas memperlihatkan tingkat kepuasan peserta pelatihan yang diukur menggunakan skala likert 0-5. Dalam hal materi pelatihan didapatkan rata-rata tingkat kepuasan peserta sebesar 4.67. Hal ini berarti dalam hal materi pelatihan yang diberikan dalam pelatihan termasuk ke dalam kategori sangat baik. Dari segi kualitas narasumber didapatkan rata-rata tingkat kepuasan sebesar 4.5 yang bermakna bahwa kualitas narasumber pelatihan masuk ke dalam kategori sangat baik. Dalam hal manfaat pelatihan yang dirasakan oleh peserta rata-rata tingkat kepuasan sebesar 4.8 yang berarti bahwa peserta pelatihan merasa bahwa pelatihan yang diselenggarakan sangat bermanfaat. Tingkat kepuasan dalam hal kenyamanan ruang belajar dan kualitas media pembelajaran mendapatkan rata-rata 4.6 yang bermakna bahwa peserta pelatihan menilai bahwa tingkat kenyamanan ruang belajar dan kualitas media pembelajaran yang digunakan dalam pelatihan masuk ke dalam kategori sangat baik.

#### **D. SIMPULAN DAN SARAN**

Pada kegiatan pelatihan dihasilkan 1 Buah akun marketplace Shopee pada alamat. Kegiatan pelatihan peningkatan kompetensi pemasaran produk melalui pelatihan pembuatan akun shopee dan pembuatan desain merek produk berbasis aplikasi canva berjalan dengan baik dan lancar. Analisa yang dilakukan melalui pretest dan posttest didapatkan peningkatan pengetahuan peserta sebesar 30%. Seluruh peserta sangat senang serta antusias dalam melaksanakan kegiatan ini dan memiliki respon yang positif terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, hasil dari evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa 25% menyatakan pelatihan terselenggara dengan baik dan 75% menyatakan pelatihan ini berhasil sangat baik. Tim pengabdian menyarankan agar warga belajar program pendidikan kecakapan hidup di PKBM melakukan standarisasi ukuran produk yang akan dikemas serta adanya Quality Control untuk memastikan kestabilan rasa dan ukuran produk yang akan dikemas agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh kalangan pembeli yang lebih luas dan bisa menyasar pasar premium.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim Pelaksanaan pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Universitas Singaperbangsa Karawang bekerja sama dengan LPPM IKIP Siliwangi yang telah memberikan pendanaan, peluang dan juga arahan pada kegiatan pengabdian ini. PKBM Sanggar Juang yang telah memberikan kesempatan bagi tim penulis untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat dengan kondusif dan lancar.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

Fadillah, N., & Setiartiti, L. (2021). Analysis of Factors Affecting Human Development Index in Special Regional of Yogyakarta. *Journal of Economic*

- Research and Social Sciences*, 5(1), 161–170.  
<https://doi.org/10.52403/ijrr.20210422>
- Hasan, E. S., & Nurhayati, S. (2012). Pendidikan Luar Sekolah Dan Pembangunan Manusia Indonesia. *Empowerment*, 1(1), 1–12.
- Hermawan, Y., & Suryono, Y. (2016). Partisipasi masyarakat dalam penyelenggaraan program-program pusat kegiatan belajar masyarakat Ngudi Kapinteran. *Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 97.  
<https://doi.org/10.21831/jppm.v3i1.8111>
- Intadiyah, U., Nurhayati, S., & Rukanda, N. (2021). Training Management Of Mukena Home Industry To Improve Community ' S Economic. *Empowerment : Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Luar Sekolah*, 10(2252), 23–34.
- Islahi, F., & Nasrin, N. (2022). Exploring The Potential of Non-Formal Education for The Development of Human Capital in India. *Journal of Nonformal Education*, 8(1), 1–11.
- Musa, S. (2020). Family Literacy Development Strategy in Community Learning Center (CLC) Fatumation in The Liquica District of The Timor Leste Democratic Republic (RDTL). *Kolokium Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 8(1), 46–53. <https://doi.org/10.24036/kolokium-pls.v8i1.391>
- Musa, S., & Syahid, A. (2020). Effect of Transformative Leadership Credibility on Management of Community Learning Centers. *Proceedings of the 1st International Conference on Lifelong Learning and Education for Sustainability (ICLLES 2019)*, 405(Iclles 2019), 151–153.  
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.200217.031>
- Nainggolan, L. E., Lie, D., Nainggolan, N. T., & Siregar, R. T. (2022). How Determinants Of The Human Development Index Impact Indonesia. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 5(2), 9–25.
- Nurhayati, S., & Falah, A. M. N. (2020). Implementasi Workshop Literasi Digital Dalam. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(3), 348–359.
- Nurhayati, S., Musa, S., Boriboon, G., Nuraeni, R., & Putri, S. (2021). Community Learning Center Efforts to Improve Information Literacy in the Community for Cyber Crime Prevention during a Pandemic. *Journal of Nonformal Education*, 7(1), 32–38. <https://doi.org/10.15294/jne.v7i1.26883>
- Patimang, A., & Saraswaty, A. (2022). Pengolahan Dan Pemasaran Nugget Ikan Pada. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(4), 2–8.
- Rukanda, N., Nurhayati, S., & Ganda, G. (2020a). Partisipasi Karang Taruna Terhadap Kegiatan Masyarakat Melalui Aksi Sosial. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 3(2), 144. <https://doi.org/10.22460/comm-edu.v3i2.4151>
- Rukanda, N., Nurhayati, S., & Ganda, G. (2020b). the Influence of Students' Motivation on Entrepreneurship Attitude in Life Skills Program. *Empowerment : Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Luar Sekolah*, 9(1), 47–65.
- Sanuri, S. (2020). Pemberdayaan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal masyarakat dengan pendekatan outcome mapping. *JPPM (Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 7(2), 101–114.  
<https://doi.org/10.21831/jppm.v7i2.24870>
- Simanjuntak, N. S. G., & Fawzi, I. L. (2021). The Impact of Empowering Pisang Mas Banana Farmers through Partnership with PT. Great Giant Pineapple. *JPPM (Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 8(2), 118–130.  
<https://doi.org/10.21831/jppm.v8i2.38635>
- Sudarwati, N. (2021). the Role of Education Out of School in Human Resources Development. *Indonesian Journal of Education and Learning*, 4(2), 486.  
<https://doi.org/10.31002/ijel.v4i2.3868>
- Sudiatmika, I. P. G. A., Purwantha, I. G. N. K., Antara, I. W. J. P., & Kurniawan, P. D. (2022). Peningkatan Pemasaran Produk Kelompok Wanita Tani Melalui Pelatihan Google Site. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(4), 2558–2567.

Suharto, Nurhayati, S., Wahyu Hidayat, A., Fitri, A., Iqbal Fasa, M., & Azis, A. (2021). The Role of a Community Learning Centre in Fostering the Community's Social Entrepreneurship Character and Motivation in Facing New Normal Era. *International Research Conference on Economics and Business, 2021*, 128–139. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i8.9354>