
PKM inovasi teknologi tepat guna dan e-Marketing pada UKM Chanda di Kota Pontianak

Darusman¹, Eko Sarwono², M. Khairul Anwari³, Selviana⁴, Linda Suwarni⁴

¹Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Pontianak, Indonesia

²Program Studi Teknik Mesin, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Muhammadiyah Pontianak, Indonesia

³Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Pontianak, Indonesia

⁴Program Studi Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu Kesehatan dan Psikologi, Universitas Muhammadiyah Pontianak, Indonesia

Penulis korespondensi : Darusman

E-mail : darusman@unmuhpnk.ac.id

Diterima: 22 Februari 2026 | Disetujui: 07 April 2026 | Online: 28 April 2026

© Penulis 2026

Abstrak

UKM memberikan peranan yang positif dalam pemulihan perekonomian di suatu wilayah, termasuk UKM Chanda selaku mitra PKM dalam kegiatan ini. Masih terbatasnya peralatan produksi, dan pengetahuan tentang pemasaran digital menjadi masalah prioritas yang dihadapi. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk menerapkan hasil penelitian tim pengusul melalui PKM Penerapan Inovasi Teknologi Tepat Guna Dan E-Marketing Pada UKM Chanda untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk, serta pengetahuan tentang pemasaran digital. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini terdiri dari 5 tahap, yaitu sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan pengabdian ini yaitu terlaksananya penerapan inovasi teknologi melalui mixer turbo, ampia, spinner, sealer, oven pemanggang serbaguna ukuran besar. Selain itu, terjadi peningkatan pengetahuan mitra tentang manajemen kewirausahaan dan pemasaran sebesar 60% antara sebelum dan setelah dilakukan kegiatan pengabdian. Saat kegiatan pengabdian selesai dilaksanakan, mitra sudah mampu melakukan memproduksi usahanya dengan menggunakan Teknologi tepat Guna yang telah diberikan sehingga mempercepat waktu produksi dan memperbanyak jumlah produksi.

Kata kunci: PKM; teknologi tepat guna; e-Marketing; UKM.

Abstract

SMEs play a positive role in economic recovery in a region, including Chanda SME as the partner of this community service program. The limited production equipment and lack of knowledge about digital marketing remain the main problems faced. The objective of this program is to apply the research findings of the proposing team through the Community Service Program on the Application of Appropriate Technology Innovation and E-Marketing at Chanda SME to improve product quality and quantity, as well as knowledge of digital marketing. The implementation method of this program consists of five stages: socialization, training, technology application, monitoring, and evaluation. The outcomes of this community service include the successful application of technological innovations such as a turbo mixer, ampia, spinner, sealer, and a large multifunctional oven. In addition, the partner's knowledge of entrepreneurship management and marketing increased by 60% between before and after the program. By the end of the program, the partner was able to produce using the provided appropriate technology, which accelerated production time and increased production capacity.

Keywords: community empowerment; appropriate technology innovation; e-Marketing; SME.

PENDAHULUAN

UKM atau biasa yang dikenal dengan Usaha Kecil dan Menengah banyak hadir di masyarakat yang memberikan peranan yang positif dalam pemulihan perekonomian di suatu wilayah, termasuk UKM Chanda selaku mitra PKM dalam kegiatan ini. UKM Chanda terletak di pinggiran Kota Pontianak yang bergerak dalam bidang industri rumah tangga yang memproduksi kue-kue khas Kota Pontianak yaitu kue Akar Kelapa, Stik Bawang, dan Roti Kap sejak tahun 2016 hingga saat ini. Berdasarkan hasil diskusi dengan mitra, bahwa permasalahan yang sangat urgen untuk segera ditanggulangi adalah sistem produksi dan pemasaran yang masih konvensional. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan tentang manajemen kewirausahaan dan pemasaran sehingga usaha tidak berjalan optimal. Mitra juga kurang memahami pembukuan laba-rugi. Mitra juga tidak memiliki legalitas seperti NIB, PIRT dan halal karena ketidaktahuan dalam pengurusannya. Proses produksi masih menggunakan peralatan manual, membutuhkan waktu lama, dan menghasilkan produk dalam jumlah terbatas. Sistem pemasaran juga masih sederhana dengan menitipkan produk di warung-warung. Padahal keberhasilan usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan memasarkan produk (Maeyana Kurnia Anggraini et al., 2025).

Potensi yang dimiliki oleh kelompok UKM ini adalah bahan baku dari produk yang dihasilkan sangat mudah ditemukan di sekitar wilayah UKM ini. Selain itu, kemauan dan kesadaran yang tinggi dari para anggota kelompok ini untuk terus belajar dan memperbaiki produk olahan yang dihasilkan menjadi modal potensial untuk mengembangkan potensi yang ada pada kelompok UKM ini. Kompetensi adalah faktor penting yang berperan dalam menentukan keberhasilan sekaligus keberlanjutan sebuah usaha. Kompetensi mencakup perpaduan pengetahuan, keterampilan, serta sikap yang dibutuhkan untuk mewujudkan kinerja kerja yang optimal (Dessler, 2019).

Sejumlah penelitian sebelumnya menegaskan bahwa pelatihan dan pendampingan berperan penting dalam meningkatkan kompetensi pelaku usaha. Pelatihan terbukti memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan keterampilan tenaga kerja (Firdaus, 2022; Khuseno, 2019; Liawati et al., 2023). Selama ini UKM Chanda masih belum pernah mendapatkan pelatihan dan pendampingan terkait dengan usaha yang dilakukan, sehingga solusi yang diberikan oleh tim pengabdian berdasarkan kesepakatan dengan mitra untuk mengatasi masalah yang ada yaitu melalui Inovasi Teknologi Tepat Guna Dan E Marketing melalui pelatihan dan pendampingan. Didukung juga dengan hasil kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh tim pengabdian sebelumnya, yang menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan dan pendampingan efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan serta produk yang dihasilkan oleh mitra (Sarwono et al., 2024; Suwarni, Selviana, et al., 2024).

Kegiatan pengabdian yang dilakukan mendukung dalam pencapaian SDGs 8: Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi; SDGs 9 yaitu Industri, Inovasi dan Infrastruktur. Melalui dukungan pada sektor UKM pada kegiatan PkM ini diharapkan dapat membantu pertumbuhan ekonomi. Selain itu, kegiatan ini juga berkaitan dengan Asta cita yaitu penciptaan lapangan kerja berkualitas dan pengembangan kewirausahaan. Menciptakan lapangan kerja berkualitas dengan mendorong pertumbuhan industri kreatif dan pengembangan kewirausahaan melalui pelatihan dan akses permodalan bagi UMKM. Kaitan dengan Bidang Fokus Rencana Induk Riset Nasional (RIRN) yaitu pada Pengembangan Teknologi dan Inovasi: UMKM dapat berperan dalam mengembangkan teknologi dan inovasi yang dapat meningkatkan daya saing dan produktivitas. Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia: UMKM dapat berperan dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan. Pengembangan Industri dan Ekonomi: UMKM dapat berperan dalam mengembangkan industri dan ekonomi melalui peningkatan produksi dan kualitas produk.

Fokus kegiatan PkM ini adalah penanganan sistem produksi yang masih konvensional dan pemasaran yang terbatas pada UKM Chanda, dengan solusi berupa introduksi teknologi pengolahan tepat guna (mesin perajang, penggiling tepung, oven pemanggang kapasitas besar, dan spinner) serta implementasi E-marketing dengan melalui *Social Media Marketing* dan *Search Engine Optimization* (SEO). Intervensi ini diharapkan dapat mengatasi kendala produksi manual yang membutuhkan waktu lama

dan menghasilkan produk terbatas, serta permasalahan pemasaran yang masih sederhana, untuk mewujudkan kemandirian ekonomi masyarakat. Dalam PKM ini akan dihasilkan produk dan luaran PKM yang mendukung IKU 2, IKU 3 dan IKU 5. Tujuan kegiatan PkM ini adalah menerapkan hasil penelitian tim pengusul melalui PKM Penerapan Inovasi Teknologi Tepat Guna Dan E-Marketing Pada UKM Chanda untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk, serta memperluas pemasaran.

METODE

Mitra dalam pengabdian ini adalah UKM Chanda yang berada di Kota Pontianak pada tahun 2025. Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan pengabdian sebanyak 15 orang. Metode yang digunakan yaitu melalui tahapan berikut ini:

Sosialisasi Kegiatan

Sosialisasi dilakukan dalam rangka menginformasikan kepada mitra, pihak Kelurahan Siantan Hilir dan Dinas Peindustrian dan Perdagangan, serta masyarakat sekitar mengenai kegiatan Pengabdian yang akan dilaksanakan. Dengan sosialisasi ini diharapkan Pihak Kelurahan, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Mitra dan masyarakat dapat mendukung dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan pengabdian yang akan dilaksanakan pada UKM Chanda

Pelatihan

Adapun pelatihan yang dilakukan yaitu manajemen kewirausahaan dan manajemen pemasaran, pelatihan dan penerapan teknologi tepat guna (mesin perajang, penggiling tepung, oven pemanggang serbaguna kapasitas besar, dan spinner) dan packing produk untuk olahan hasil perkebunan, pelatihan e-marketing dan penerapan *search engine marketing* (SEM) Pemasaran

Penerapan Teknologi

Pada PKM ini akan diterapkan beberapa Teknologi untuk menunjang keberhasilan PKM diantaranya: mesin penunjang produksi seperti Mesin Perajang, Penggiling Tepung, Oven Pemanggang Serbaguna Kapasitas Besar, dan Spinner; Siller dan Kemasan Produk yang menarik; dan Social Media Marketing.

Monitoring

Setelah pelatihan dan praktek lapangan dilaksanakan, pengawalan, dan monitoring hasil introduksi teknologi dilakukan secara langsung dan partisipatif bersama-sama para masyarakat yang terlibat dalam kelompok mitra.

Evaluasi

Evaluasi pelaksanaan program dilakukan setelah tiap tahapan program terlaksana, dan setelah selesainya kegiatan PKM. Evaluasi dilakukan dengan memberikan dan mengukur pre and post test pada mitra. Evaluasi juga akan dilaksanakan terkait dengan dampak program yang sudah dilaksanakan selama kegiatan PKM, yaitu peningkatan pengetahuan dan keterampilan kelompok mitra, penerapan lanjut dari introduksi inovasi teknologi yang sudah dilaksanakan, kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan (sesuai dengan yang sudah dilatihkan pada kelompok mitra), dan pemasaran produk yang dihasilkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan berjalan lancar dan semua pihak yang terlibat aktif dalam berpartisipasi. Adapun hasil kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Sosialisasi Kegiatan

Sosialisasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat telah dilaksanakan bersama mitra (UKM Chanda). Pada kegiatan ini disosialisasikan kegiatan yang akan dilaksanakan pada kegiatan PKM ini dan IPTEKS yang akan diberikan kepada mitra. Pihak mitra sangat menyambut baik rencana kegiatan yang akan dilaksanakan. Mitra juga menyampaikan permasalahan dan harapan terhadap kegiatan yang akan dilaksanakan. Selain itu juga disampaikan dukungan yang akan di berikan oleh mitra dan puskesmas seperti tempat, sarana dan prasarana, undangan, dan lain-lain. Dalam sosialisasi tersebut juga disepakati jadwal dan agenda pelaksanaan kegiatan. Berikut ini dokumentasi kegiatan sosialisasi:



Gambar 1. Sosialisasi Kegiatan PKM Bersama Mitra

Pelatihan Manajemen Kewirausahaan dan Manajemen pemasaran

Kegiatan Pelatihan ini penting untuk dilakukan untuk membekali mitra dengan pengetahuan manajemen kewirausahaan dan Pemasaran. Seorang wirausahawan yang kompeten harus memiliki pengetahuan khusus tentang bisnis, memainkan peran sosial dan tetap terampil, kreatif, bersemangat, memotivasi, optimis, persuasif, fleksibel, banyak akal, menanggung risiko, perencana yang sangat baik, pemecah masalah, dan lainnya (Kerr et al., 2017; Mitchelmore & Rowley, 2010). Pada kegiatan pelatihan ini diisi oleh M. Khairul Anwari yang merupakan anggota dari tim PKM ini. Pelatihan ini melibatkan seluruh anggota mitra dan perwakilan UKM di Kota Pontianak yang tertarik untuk mendapatkan informasi mengenai Manajemen Kewirausahaan dan Pemasaran. Jumlah peserta sebanyak 15 orang. Berikut hasil evaluasi kegiatan Pelatihan Manajemen Kewirausahaan dan Pemasaran.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Kegiatan Pelatihan Manajemen Kewirauhsaan dan Pemasaran

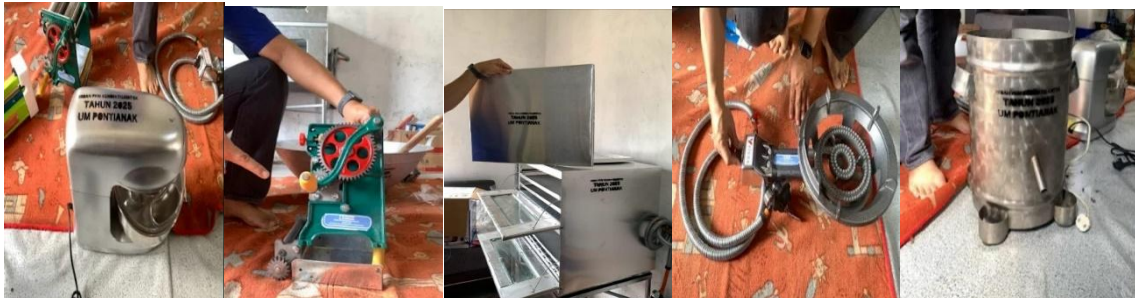
Pengetahuan	n	Mean	Delta Mean	Persentase Peningkatan
Sebelum (pretest)	15	60	36	60%
Sesudah (posttest)	15	96		

Tabel diatas menunjukkan peningkatan pengetahuan mitra tentang manajemen kewirausahaan dan pemasaran sebesar 60%. Hasil kegiatan pengabdian ini sejalan dengan beberapa kegiatan pengabdian sebelumnya yang memperkuat bahwa pelatihan menjadi metode pelaksanaan yang efektif meningkatkan pengetahuan mitra lebih dari 50% dibandingkan dengan sebelum penyuluhan dilakukan (Sarwono et al., 2024; Susanti S. et al., 2023; Suwarni, Jauhari, et al., 2024) Penyuluhan yang diberikan pada seseorang dan atau kelompok tertentu berdampak pada perluasan informasi yang dimiliki, dan metode ini banyak digunakan dalam meningkatkan pemahaman pada sekelompok sasaran.



Gambar 2. Pelatihan Manajemen Kewirausahaan dan Pemasaran

Pelatihan dan Penerapan Teknologi Tepat Guna (Mesin Mixert Turbo, Mesin Ampia, Mesin Oven Pemanggang Ukuran Besar, Kompor Gas Komersial Satu Tungku, Spinner, Siller) Selama ini pada proses produksi masih menggunakan alat sederhana sehingga produk yang dihasilkan sedikit dan lama. Introduksikan suatu teknologi tepat guna yang dapat membuat proses produksi lebih cepat, banyak dan berkualitas. TTG yang berikan diantaranya Mesin Mixert Turbo, Mesin Oven Pemanggang Ukuran Besar, Kompor Gas Komersial Satu Tungku, Mesin Peniris (Spinner), Kuali Ukuran Besar, Siller). Teknologi ini dirancang oleh tim pengusul. Sebelum diterapkannya TTG tersebut terlebih dahulu dilaksanakan pelatihan guna meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam pemanfaatan teknologi pengolahan berbagai produk hasil perkebunan dengan berbagai varian rasa dengan menggunakan teknologi yang sudah diberikan. Kegiatan ini disampaikan oleh Bapak Eko Sarwono, ST, MT dan di bantu oleh 2 orang mahasiswa. TTG yang telah diintroduksikan sangat dirasakan kebermanfaatannya, karena kuantitas produksi semakin meningkat dari awalnya hanya mampu 5 kg menjadi 30 kg perhari.



Gambar 3. Teknologi Tepat Guna yang diintroduksi pada mitra

Pelatihan dan Penerapan Teknologi Packing Produk

Selama ini, packing produk dilakukan dengan sangat sederhana, tanpa merk, tanpa komposisi bahan, tanpa kandungan gizi, tanpa tanggal produksi dan expired produk serta tanpa PIRT, sehingga pemasaran produk tersebut menjadi terbatas. Dengan adanya kegiatan ini pengemasan produk mitra sudah jauh lebih baik. Mitra sudah menggunakan standing pouch yang sudah mencantumkan merk, halal dan PIRT. Selain itu, mitra juga telah mengkreasikan kripik menjadi berbagai aneka rasa, seperti kripik rasa keju, barbeque, coklat, nanas, balado, jagung bakar, dan lain-lain. Begitupula halnya dengan kue stik keladi yang selama ini hanya bersifat original, telah diajarkan pengolahan stik dengan rasa coklat, keju, barbeque, dan lain-lain. Berikut dokumentasi sebelum dan setelah kegiatan pelatihan dan penerapan teknologi packing produk.



Gambar 4. Foto Produk Sebelum



Gambar 5. Foto Produk Setelah

Dengan pengemasan produk yang menarik dan memiliki izin PIRT dan halal maka mitra dapat menambah nilai jual produk dan memudahkan untuk dijual dipasar modern seperti mini market, supermarket, dan lain-lain sehingga diharapkan dapat meningkatkan perekonomian/pendapatan anggota UKM ini. Pengemasan produk yang menarik dapat meningkatkan nilai jual produk (Liu et al., 2025; Mohd Radzol et al., 2024; Ton et al., 2024).

Pelatihan Digital Marketing dan pembuatan web pemasaran

Selama ini pemasaran produk UKM ini masih menerapkan penitipan ke warung-warung dan pemasaran pasif (menunggu pesanan). Sistem pemasaran online atau dikenal dengan istilah Digital Marketing sangat menunjang untuk membantu meningkatkan penjualan produk, sehingga diperlukan pelatihan digital marketing agar dapat memberikan informasi dan pengetahuan kepada kelompok UKM mengenai pemasaran online yang dapat diterapkan dalam penjualan produk ini. Selain itu UKM ini telah dibuatkan akun sosial media khusus untuk pemasaran produk tiktok dan instagram. Adanya pelatihan digital marketing dan akun media sosial untuk pemasaran diharapkan dapat membantu meningkatkan penjualan produk yang dihasilkan. Berikut dokumentasi kegiatan pelatihan digital marketing dan web pemasaran.



Gambar 6. Pelatihan Digital Marketing.

Melalui pelatihan digital marketing ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan mitra dalam pemasaran produk. Kegiatan ini sejalan dengan kegiatan pengabdian yang dilakukan sebelumnya yang

menunjukkan pelatihan digital marketing menambah wawasan dari pelaku usaha (Awaludin et al., 2024; Hendra et al., 2024; Permatsari et al., 2024).

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Kementerian Pendidikan, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia yang telah mendanai kegiatan ini melalui program 'Pengabdian kepada Masyarakat' tahun 2025 dengan kontrak nomor 128/C3/DT.05.00/PM/2025, sehingga dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Terimakasih juga kepada Universitas Muhammadiyah Pontianak yang memberikan dukungan sehingga terlaksananya kegiatan pengabdian ini dengan baik dan lancar, serta semua pihak yang telah terlibat aktif dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Awaludin, D., Kushariyadi, K., Mardiah, A., Nilowardono, S., & Sattar, S. (2024). Pelatihan Digital Marketing bagi UMKM untuk Meningkatkan Penjualan di Era Ekonomi Digital. *JIPITI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 73–78.
- Dessler, G. (2019). *Human Resource Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Firdaus, A. (2022). Pengaruh Motivasi, Pelatihan Dan Pendampingan Terhadap Keberhasilan Usaha Pembiayaan Nasabah Dengan Kompetensi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah BSI KCP).
- Hendra, M., Judijanto, L., Prananda, G., Fatulloh, M. A., Rimban, D., & Murthada, M. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Digital Marketing Untuk Usaha Mikro Dan Kecil. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(6), 186–191. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i6.1684>
- Kerr, S. P., Kerr, W. R., & Xu, T. (2017). Personality traits of entrepreneurs: A review of recent literature. *Harvard Business School Working Paper (Review Paper)*.
- Khuseno, M. T. (2019). Pengaruh Pelatihan Dan Lingkungan Organisasi Terhadap Kompetensi Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Penyuluh Pertanian (Studi Pada Dinas Pertanian Dan Peternakan Daerah Provinsi Sulawesi Utara). *AGRI-SOSIOEKONOMI*, 15(3), 541. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.15.3.2019.26494>
- Liawati, L., Nandang, N., & Yuliawati, J. (2023). Pengaruh Knowledge Management Dan Pelatihan Sumber Daya Manusia Terhadap Kompetensi Peserta UMKM Juara Jawa Barat Di Dinas Koperasi Dan UKM Kabupaten Karawang Tahun 2022. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 8574–8589.
- Liu, C., Samsudin, M. R., & Zou, Y. (2025). The Impact of Visual Elements of Packaging Design on Purchase Intention: Brand Experience as a Mediator in the Tea Bag Product Category. *Behavioral Sciences*, 15(2), 181. <https://doi.org/10.3390/bs15020181>
- Maeyana Kurnia Anggraini, Wahyu Eko Setianingsih, & Ira Puspitadewi S. (2025). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, Digital Marketing, dan Motivasi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha pada Coffee Shop di Kecamatan Gambiran dan Genteng Banyuwangi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(3), 190–205. <https://doi.org/10.55606/jimak.v4i3.4771>
- Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2010). Entrepreneurial competencies: a literature review and development agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16(2), 92–111. <https://doi.org/10.1108/13552551011026995>
- Mohd Radzol, A. R., Hassan, S., Che Shalifullizam, I. F., & Ismail, N. Z. F. (2024). Aesthetic Packaging and Purchase Intention. *International Journal of Art and Design*, 8(2/SI), 119–125. <https://doi.org/10.24191/ijad.v8i2/SI.3700>
- Permatsari, N. T., Adha, R., & Anwar, S. (2024). Pelatihan Pemasaran Digital Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(5), 298–301. <https://doi.org/10.59837/dmzrc233>
- Sarwono, E., Suwarni, L., Fachri, H., & Selviana, S. (2024). Pengabdian Kepada Masyarakat Inovasi Teknologi Pengolahan Hasil Perkebunan dan Peningkatan Kesehatan Pekerja UKM Puput Project.

-
- Ahmar Metakarya: *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 109–114.
<https://doi.org/10.53770/amjpm.v4i1.339>
- Susanti S., I., Suhartina, S., Dahniar, D., Mariani, M., & Rustang, R. (2023). Makanan Ringan Berbasis Pengolahan Hasil Ikutan Pematangan Ternak Ayam. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(1), 180. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i1.12245>
- Suwarni, L., Jauhari, A. H., & Widyasari, S. (2024). Peningkatan pengetahuan kesehatan reproduksi remaja di pondok pesantren Ibnu Taimiyah Sedau kota Singkawang Selatan. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(3), 2703–2708. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jpmb.v8i3.26176>
- Suwarni, L., Selviana, S., Sarwono, E., Hadary, F., & Sujana, I. (2024). Kolaborasi Sosial Membangun Masyarakat Perbatasan Melalui Peningkatan Kesehatan Peningkatan Dan Produksi Olahan Pangan Lokal. *IJECS: Indonesian Journal of Empowerment and Community Services*, 5(2), 189–196. <https://doi.org/10.32585/ijecs.v5i2.5860>
- Ton, L. A. N., Smith, R. K., & Sevilla, J. (2024). Symbolically Simple: How Simple Packaging Design Influences Willingness to Pay for Consumable Products. *Journal of Marketing*, 88(2), 121–140. <https://doi.org/10.1177/00222429231192049>