



Pelatihan Administrasi dan Pemasaran Produk Olahan Pangan Lokal di Kabupaten Tangerang

¹⁾Thina Oktarina, ²⁾Rachma Nadila Sudiyono, ³⁾Shoftwatun Hasna, ⁴⁾Yayah Yuliah,
⁵⁾Siti Maesaroh, ⁶⁾Sri Lestari, ⁷⁾Yunita Rahmawati, ⁸⁾Haniyah, ⁹⁾Sri Wahyuni
Asnaini, ¹⁰⁾Dwi Purwaningrum, ¹¹⁾Nurasiah, ¹²⁾Winanda Muftia Arizqa, ¹³⁾Rosika
Nur Fajriah

Universitas Insan Pembangunan Indonesia, Tangerang, Banten, Indonesia

Email: thinaoktarina@gmail.com



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0
International License

Keywords:

Training
Administration
Marketing
Processed Food
Products

Abstract

There are still many UMKM actors engaged in processed food who understand about good and correct administration and marketing so that many of them close and go bankrupt due to not understanding both of these things. The purpose of this training activity is to provide understanding to UMKM actors of processed products regarding proper business administration and marketing. Participants consist of UMKM actors in Tangerang Regency. The activity lasted for one day and went smoothly. All participants were enthusiastic about following this activity until it was finished. It is hoped that with this training activity, UMKM actors of processed products who attend can understand proper business administration and marketing so that income increases and business sustainability can be achieved.

Kata kunci:

Pelatihan
Administrasi
Pemasaran
Produk Olahan
Pangan

Abstrak

Masih banyaknya pelaku UMKM yang bergerak bidagn makanan olahan yang memahami mengenai administrasi dan pemasaran yang baik dan benar sehingga banyak dari mereka yang tutup dan gulung tikar akibat tidak memahami kedua hal tersebut. Tujuan dilakukan kegiatan pelatihan ini adalah untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM produk olahan mengenai administrasi usaha dan pemasaran yang tepat. Peserta terdiri dari pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Tangerang. Kegiatan berlangsung selama satu hari dan berjalan dengan lancar. Semua peserta antusias mengikuti kegiatan ini hingga selesai. Harapannya dengan kegiatan pelatihan ini pelaku UMKM produk olahan yang hadir dapat memahami mengenai adminstrasi usaha dan pemasaran yang tepat sehingga pendapatan meningkat dan keberlanjutan usaha dapat tercapai.

PENDAHULUAN

Pengelolaan administrasi sebuah usaha menjadi hal penting guna mengorganisir dan mengontrol semua aktivitas dan tugas administrative dalam sebuah usaha. Tidak hanya mengelola dokumen dan data tetapi juga sumber daya manusia, keuangan dan komunikasi yang efektif. Pengelolaan administrative bertujuan untuk efisiensi, efektivitas dan keberlanjutan usaha untuk masa depan (Salmah et al., 2020). Begitu juga dengan pemasaran produk untuk mendorong suatu produk dikenal oleh konsumen. Pemasaran produk akan melibatkan berbagai aktivitas mulai dari memperkenalkan produk, menjual, mempromosikan dan mendistribusikan produk kepada konsumen (Sudarsono, 2020) Untuk pemasaran produk dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat (Fayzhall et al., 2022) dan saat ini pemasaran lebih efektif dengan jangkauan yang luas dengan digital marketing (Goestjahjanti et al., 2022). Selain jangkauan yang luas digital marketing lebih banyak digunakan oleh semua kalangan dari anak-anak, remaja, dewasa bahkan di usia yang sudah tuapun sudah banyak mengenal belanja online terutama melalui media sosial (Fernando et al., 2024).

Kabupaten Tangerang sendiri lebih dikenal dengan pusat industri, niaga dan pemukiman untuk kaum urban dan memiliki berbagai macam kerajinan tangan dari bambu serta produk olahan yang menjadi cirikhas Kabupaten Tangerang. Sehingga Kabupaten Tangerang lebih dikenal dengan kota seribu industry. Secara keseluruhan kabupaten Tangerang menjadi salah satu daerah yang memiliki perkembangan industry, perdagangan, pemukiman dan memiliki berbagai produk olahan yang menjadi keunikan budaya lokal Kabupaten Tangerang.

Olahan pangan lokal banyak sekali jenisnya dan dari olahan pangan lokal tersebut dihasilkan produk-produk olahan yang memiliki nilai jual tinggi. Produk olahan pangan lokal di Kabupaten Tangerang sangat bervariasi dari mulai produk perkebunan, mangrove, dan laut. Masih banyaknya pelaku usaha terutama UMKM yang ada di Kabupaten Tangerang yang belum memperhatikan pengelolaan administrasi usaha dan pemasaran produk olahan pangan lokal (Supiana et al., 2024).

Kegiatan ini menjadi kegiatan lanjutan yang telah dilakukan oleh tim dosen melalui kegiatan Tridarma Perguruan Tinggi yang salah satunya adalah pengabdian kepada masyarakat (PkM). Kegiatan sebelumnya antara lain kegiatan pelatihan strategi pemasaran bagi pelaku UMKM di Desa Puri 2 Kecamatan Tigaraksa (Fayzhall et al., 2022). Pelatihan penggunaan media social untuk media promosi dan pencatatan keuangan sederhana bagi pelaku UMKM di Rajeg Tangerang (Winanti, Goestjahjanti, et al., 2024). Pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana bagi pelaku UMKM di kampung tematik Drum Bujana (S. Lestari et al., 2023). Pembuatan digital marketing untuk produk furniture berbahan dasar drum bekas (Winanti, Basuki, et al., 2024). Selain itu juga telah dilakukan pelatihan dan pendampingan pembuatan NIB untuk pelaku usaha rumahan di Desa Pete (Asnaini et al., 2022).

Berbagai kegiatan telah dilakukan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat oleh dosen (Kamar et al., 2024). Kegiatan serupa akan terus dilakukan

untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dan pelaku UMKM. Kegiatan ini melibatkan dinas pertanian dan peternakan yang membawahi UMKM produk olahan. Administrasi usaha terutama dalam hal administrasi keuangan menjadi hal yang sangat penting dalam sebuah usaha. Disaat hampir semua transaksi dapat dilakukan secara digital maka keuangan digital menjadi inovasi dan terobosan agar keuangan usaha dapat dipantau setiap saat (Himmy et al., 2024).

Beberapa contoh produk olahan pangan lokal di Kabupaten Tangerang diantaranya Kacang Cisoka yang merupakan kacang tanah sangria dan menjadi jajanan tradisional di Kabupaten Tangerang. Kacang Mangrove yang merupakan produk dari Kecamatan Panongan dengan nama Goorich yang dibuat dari kacang tanah diolah dengan adonan tepung mangrove (Syahida Harepa et al., 2022). Beberapa daerah pesisir pantai utara Kabupaten Tangerang mengolah bahan dasar olahan mangrove menjadi bahan baku makanan seperti tepung mangrove, sirup mangrove, kacang mangrove, dodol mangrove (T. A. Lestari et al., 2023) dan keripik daun mangrove yang memiliki nilai ekonomis dan sebagai makanan cemilan yang sehat, murah, dan tahan lama serta memiliki kandungan gizi flavonoid yang berguna sebagai antioksidan (Syahida Harepa et al., 2022).

Selain mangrove produk olahan lainnya di kabupaten Tangerang seperti olahan produk kedelai menjadi susu kedelai dan tempe yang menjadi makanan dengan kandungan gizi tinggi dan harga yang sangat terjangkau (Sugata et al., 2022). Selain dengan peralatan yang sangat sederhana produk olahan tersebut juga menjadi konsumsi setiap hari masyarakat di Indonesia termasuk masyarakat di Kabupaten Tangerang. Pemanfaatan produk olahan menjadi pangan lokal menjadi nilai tambah bagi masyarakat dan mengurangi pemborosan bahan pangan dengan memanfaatkan produk lokal sebagai produk olahan yang bernilai ekonomi tinggi (DPKP, 2023). Produk olahan juga dapat menjadi produk makanan lokal yang dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Maraknya wisata kuliner di Kabupaten Tangerang menjadikan produk olahan dipasarkan secara serius dengan kemasan yang menarik serta pemasaran digital secara online menjadi salah satu cara yang paling efektif di era digital saat ini (Kristiana et al., 2018).

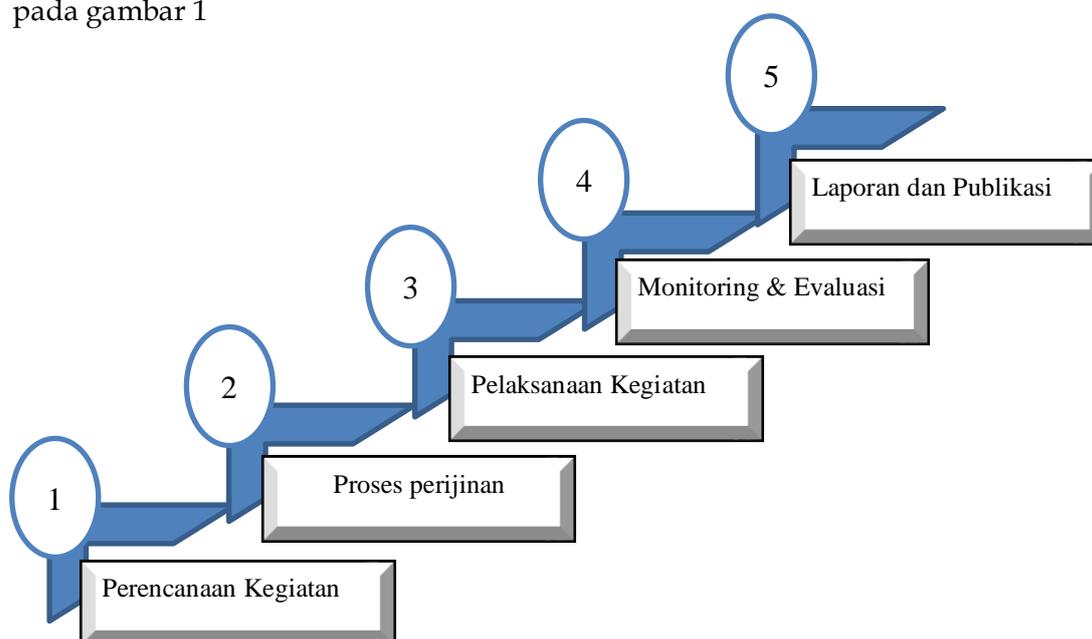
Tujuan kegiatan pelatihan ini dilakukan untuk memberikan pemahaman dan pembelajaran bagi pelaku UMKM produk olahan agar mampu mengelola atau memanager usaha dan meningkatkan pendapatan usahanya. Selain meningkatkan pendapatan melalui penjualan yang lebih luas jangkauannya juga keberlanjutan usaha menjadi hal penting. Banyak UMKM yang tidak mampu mengelola usaha dengan baik dan tidak berinovasi sehingga tutup dan gulung tikar serta modal habis tidak tahu untuk apa digunakan. Seringnya kejadian tersebut keberlanjutan usaha tidak dapat dipertahankan dan untuk memulai usaha baru sangat sulit.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pelatihan ini adalah metode ceramah dan dilanjutkan dengan diskusi interaktif (Gosestjahjanti et al., 2023). Kegiatan

dipandu oleh seorang moderator sekaligus sebagai MC dalam kegiatan pelatihan. Peserta dapat bertanya dan berdiskusi seputar administrasi usaha dan strategi pemasaran serta trik dan tip untuk menaikkan penjualan melalui pemasaran digital (Fayzhall et al., 2022). Kegiatan pelatihan dilakukan untuk membantu para pelaku UMKM produk olahan memahami mengenai administrasi dan pemasaran produk.

Narasumber mendemonstrasikan produk-produk olahan yang telah dikemas dengan baik dan menarik sebagai salah satu contoh strategi pemasaran melalui kemasan yang menarik konsumen. Kegiatan berlangsung satu hari dengan narasumber dari tim dinas pertanian dan akademisi secara bergantian. Adapun proses kegiatan pelatihan administrasi dan pengelolaan produk olahan secara digital dapat terlihat pada gambar 1



Gambar 1 Proses Kegiatan Pelatihan

Kegiatan pelatihan administrasi dan pengelolaan usaha produk olahan diawali dengan pembuatan perencanaan kegiatan termasuk di dalamnya adalah pembentukan tim kepanitian. Dilanjutkan dengan proses perijinan dan pembuatan undangan peserta kegiatan. Proses berikutnya adalah pelaksanaan kegiatan pelatihan administrasi dan pemasaran produk olahan. Setelah pelaksanaan kegiatan maka tim melakukan monitoring dan evaluasi kegiatan dan diakhiri dengan pembuatan laporan akhir dan publikasi sebagai bentuk pertanggungjawaban kegiatan dan penggunaan anggaran. Luaran yang berupa publikasi disarankan untuk jurnal pengabdian kepada masyarakat yang terindeks sinta. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya LPPM dalam meningkatkan jumlah publikasi pada jurnal nasional terakreditasi 1 – 5.

Setelah masyarakat memahami mengenai administrasi dan pemasaran produk olahan maka kesejahteraan masyarakat meningkat dan pendapatan masyarakat juga terus bertambah sehingga keluarga sejahtera bagi masyarakat di Kabupaten Tangerang

dapat terwujud melalui pengelolaan administrasi usaha yang baik dan pemasaran secara digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan berlangsung satu hari dengan diikuti oleh pelaku usaha produk olahan lokal yang berjumlah kurang lebih 30 orang termasuk tim panitia. Kegiatan menghadirkan narasumber dari dinas pertanian dan akademisi sebagai bentuk kolaborasi. Kegiatan ini sebagai bentuk implementasi kerjasama antara kampus dengan Pemerintah Daerah (Pemda) Kabupaten Tangerang.

Metode yang digunakan dalam pelatihan ini dengan metode ceramah dimana narasumber menyampaikan materi satu persatu dan dipandu oleh seorang moderator sekaligus sebagai MC kegiatan. Setelah narasumber menyampaikan materi maka peserta dapat bertanya secara langsung melalui tanya jawab dan diskusi. Peserta dapat bertanya langsung kepada narasumber dan bahkan sharing pengalaman pribadi yang telah dilakukan selama ini bahkan dapat berdiskusi mengenai permasalahan-permasalahan usaha yang dihadapi oleh pelaku UMKM.

Pelatihan ini selain berdiskusi secara interaktif, narasumber juga menyampaikan materi melalui powerpoint yang ditayangkan dalam bentuk slide. Pemaparan materi yang dipandu oleh moderator agar kegiatan dapat terarah sehingga hasil yang diperoleh maksimal. Tidak hanya dari segi pemahaman tetapi juga dapat memberikan pengalaman bagi peserta mengenai pelatihan administrasi dan pengelolaan usaha produk olahan yang menjadi produk kearifan lokal masyarakat di Kabupaten Tangerang. Selain untuk memenuhi kebutuhan pangan masyarakat juga sebagai penopang ekonomi keluarga. Sehingga para pelaku UMKM terus berkembang dan berinovasi mengikuti perkembangan teknologi dan kondisi jaman. Salah satu upaya yang harus dilakukan dengan membuat variasi pangan dengan tetap mempertahankan nilai gizi dan nutrisi dari pangan lokal tersebut.



Gambar 2 Dokumentasi Kegiatan Pelatihan

Narasumber menyampaikan materi mengenai pengolahan pangan lokal, pengembangan pangan, keamanan pangan, perijinan, kemasan dan promosi produk. Pengembangan produk olahan dapat dilakukan dengan mengolah pangan lokal

menjadi makanan dan minuman yang lezat tanpa menghilangkan keunikannya. Mengemas produk dengan kemasan yang baik dan siap pakai. Selain itu narasumber juga menyampaikan produk olahan menjadi produk industri rumah tangga. Membuat dan mengembangkan produk olahan menjadi tepung campuran. Hal tersebut tidak lepas dari peningkatan pengetahuan SDM melalui berbagai pelatihan dan bimtek. Narasumber juga menyampaikan bahwa promosi melalui media social, website, influencer marketing, digital ads dan whatsapp marketing sangat membantu dalam menjangkau market yang lebih luas. Pemasaran produk olahan juga dapat dilakukan dengan berbagai strategi termasuk penggunaan media social seperti yang telah dijelaskan di atas, kemasan yang menarik, promosi offline, kerjasama dengan influencer dan penggunaan layanan antar seperti dengan GoFood dan GrabFood.

Sebagai pelaku usaha harus memiliki kemampuan untuk memahami bagaimana target pasar yang harus dipilih, selain itu kualitas produk menjadi hal yang sangat diutamakan untuk sebuah produk dan terakhir adalah menciptakan branding yang positif (S. Lestari et al., 2023). Narasumber juga menjelaskan bagaimana pelaku usaha mampu memasarkan produk dengan baik dengan jangkauan yang luas dan dengan teknologi yang terkini agar efisien dan efektif dalam semua aktifitas (Hartati et al., 2022).

Narasumber menjelaskan bahwa kemasan produk pangan olahan menggunakan kemasan yang baik dan dengan bahan yang tidak berbahaya agar produk tetap terlindungi dan tidak membahayakan konsumen. Kemasan yang menarik belum tentu aman bagi kesehatan, meskipun selama ini kesan pertama sebuah produk ada pada kemasan yang menarik. Kemasan yang menarik juga menjadi salah satu penentu konsumen memutuskan untuk membeli atau tidak sebuah produk (Apriyanti, 2018). Melindungi produk dari kontaminasi luar, termasuk menjadi keamanan pangan, kualitas yang baik dan meningkatkan masa, simpan pangan. Melindungi pangan dari pengaruh lingkungan seperti cahaya, oksigen, kelembaban, mikroorganisme, serangga, debu, emisi gas, tekanan dan lainnya. Keamanan pangan dapat melalui makanan yang bersih, pencegah pencemaran, penyimpanan pangan pada suhu yang aman, memanaskan makanan pada suhu yang tepat dan menggunakan bahan baku yang aman (T. R. P. Lestari, 2020).



Gambar 3 Dokumentasi Kegiatan Pelatihan

Pelatihan berlangsung dengan kondusif dan interaksi antara peserta sangat baik. Beberapa pertanyaan dilontarkan oleh peserta terutama dalam hal pemasaran yang semakin tinggi persaingan. Pelaku UMKM terus terdesak dalam kondisi ekonomi yang tidak pasti dan banyak pelaku UMKM yang menyerah karena tidak mampu bersaing. Pertanyaan demi pertanyaan telah dijawab dengan baik oleh narasumber. Setelah kegiatan pelatihan selesai maka dilakukan monitoring dan evaluasi secara langsung dengan bertanya kepada beberapa peserta mengenai kegiatan ini. Semua peserta memberikan jawaban yang positif dan meminta untuk kegiatan yang serupa dapat dilakukan kembali di masa yang akan datang. Semua masukan peserta telah dicatat dengan baik oleh tim dan akan ditindaklanjuti untuk kegiatan PkM berikutnya.

Pelatihan telah berjalan dengan baik dan memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada peserta mengenai pentingnya administrasi dan pemasaran produk yang tepat, efisien dan efektif. Inovasi produk dan penggunaan teknologi untuk pemasaran menjadi tagline dalam kegiatan pelatihan ini selain pengelolaan administrasi yang sangat fundamental bagi sebuah usaha.

SIMPULAN

Pelatihan telah berjalan dengan lancar dan diikuti oleh peserta sampai akhir kegiatan. Kehadiran peserta dari awal sampai akhir acara menandakan bahwa kegiatan pelatihan ini telah dilakukan dengan baik dan memiliki kebermanfaatannya bagi semua peserta. Kegiatan pelatihan berjalan dengan baik dan lancar selama satu hari dan antusiasme peserta tidak kalah penting dalam pelatihan ini. Narasumber menyampaikan materi dengan ringan dan mudah dimengerti dan diskusi secara interaktif mengalir hingga moderator harus membatasi pertanyaan dan diskusi karena waktu yang tidak memungkinkan lagi. Dari hasil kegiatan diharapkan mampu memberikan pemahaman, pembelajaran dan pengetahuan kepada pelaku UMKM produk olahan mengenai administrasi usaha dan pemasaran. Dua hal tersebut sama pentingnya dan upaya untuk meningkatkan penjualan produk. Persaingan usaha semakin ketat dan kondisi ekonomi semakin sulit disarankan pelaku UMKM terus

berinovasi untuk mengembangkan produk olahannya. Kemampuan untuk terus survive dalam kondisi seperti saat ini dibutuhkan upaya yang ekstra dan keberlanjutan usaha sangat penting. Para peserta menyampaikan agar kegiatan serupa terus dilakukan agar para pelaku usaha memiliki banyak pengetahuan yang bermanfaat untuk mengembangkan usahanya. Kegiatan serupa akan dilakukan sebagai tindak lanjut dari kegiatan ini dan untuk selanjutnya akan dilakukan pelatihan dan pendampingan pembuatan NIB dan packaging produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dinas Pertanian dan ketahanan pangan Kabupaten Tangerang yang telah mensupport kegiatan ini baik secara material maupun non material. Kepada tim dosen dan mahasiswa yang telah membantu dalam menyusun publikasi kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu sehingga karya publikasi ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas apa yang telah dilakukan oleh kita semua. Amin.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio E-Kons*, 10(1), 20. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>
- Asnaini, S. W., Hulu, P., Simorangkir, Y. N., Sudiyo, R. N., & Radita, F. R. (2022). Sosialisasi pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk Pengembangan UMKM di Bumdes Serdang Tirta Kencana Melalui Online Single Submission. *MULIA*, 1(2), 73–83.
- DPKP. (2023). *DPKP Kabupaten Tangerang Kampanyekan Stop Boros Pangan dan Gandeng Stakeholder*. Dinas Pertanian Dan Ketahanan Pangan Kab Tangerang. <https://dppk.tangerangkab.go.id/detail-berita/dppk-kabupaten-tangerang-kampanyekan-stop-boros-pangan-dan-gandeng-stakeholder>
- Fayzhall, M., Winanti, Lestari, S., Basuki, S., Goestjahjanti, F. S., Kariyadi, N., Lael, B., Nugroho, A. P., Mulyani, R., Rahmandani, N. Y., & Aulia, A. R. (2022). Pelatihan Strategi Pemasaran Berbasis Digital Produk Umkm Kampung Tematik Drum Bujana, Tigaraksa, Tangerang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nasional*, 2(2), 128–135.
- Fernando, E., Prabowo, Y. D., & Winanti. (2024). The Impact of Social Media in Marketing on Brand Awareness and Customer Trust in Increasing Purchase Intention. *Proceeding - 2024 International Conference on Information Technology Research and Innovation, ICITRI 2024*, 335–340. <https://doi.org/10.1109/ICITRI62858.2024.10698890>
- Goestjahjanti, F. S., Fayzhall, M., Winanti, W., & Basuki, S. (2022). Pemanfaatan Kearifan Lokal sebagai Upaya memajukan Ekonomi melalui Pendampingan Kampung Tematik Drum Bujana Desa Pete, Kecamatan Tigaraksa. *Jurnal Abdimas Universitas Insan Pembangunan Indoneisa*, 1(1), 8–12. <https://doi.org/10.58217/jabdimasunipem.v1i1.5>
- Gosetjahjanti, F. S., Winanti, Basuki, S., Himmy'azz, I. K., Supriyanto, Purno, M., & Jubaedah, I. (2023). Sosialisasi Pelaksanaan Program Ketahanan Pangan Melalui Budidaya Ayam Petelur Berbasis Ekonomi Kreatif Untuk Umkm Di Pasar Kecapi

- Jatimurni Kota Bekasi. *Bangun Rekaprima*, 09(1), 12-18.
- Hartati, R., Sudiyono, R. N., Radita, F. R., Asnaini, S. W., Hulu, P. H., & Simorangkir, Y. N. (2022). Sosialisasi Pendaftaran Sertifikasi Halal secara Online bagi Pelaku Usaha Kecil dan Menengah. *MULIA*, 1(2), 115-121.
- Hasymi, L. F., Rusida, E. R., Hastuti, E., Setia, L., Prihandini, Y. A., & Torizellia, C. (2021). Pemberdayaan masyarakat dalam pemanfaatan sumber daya pangan lokal tanaman talas untuk meningkatkan kesehatan masyarakat dan sebagai tambahan variasi makanan di Rumah Sakit. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(3), 531-538.
- Himmy, K., Ferdijatmoko, D., Kumoro, C., & Hasna, S. (2024). *Sosialisasi Manajemen Keuangan Digital bagi Pelaku Usaha dan Masyarakat di Kabupaten Tangerang*. 03(02), 152-161.
- Kamar, K., Basuki, S., Goestjahjanti, F. S., & Purno, M. (2024). *Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat 16 Kampung Tematik Sebagai Upaya Memaksimalkan Potensi Kearifan Lokal Menuju Kemandirian Ekonomi Masyarakat*. 2(1), 1-9.
- Kristiana, Y., Suryadi, M. T., & Sunarya, S. R. (2018). <div class="csl-entry">Kristiana, Y., Suryadi, M. T., & Sunarya, S. R. (2018). Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Untuk Pengembangan Pariwisata Di Kota Tangerang. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 9(1).</div> *Jurnal Khasanah Ilmu*, 9(1).
- Laksono, F. A. T., Astuti, S. D., Widagdo, A., & Iswahyudi, S. (2021). Peningkatan kemampuan digitalisasi promosi dan pemasaran produk kelompok eks-buruh migran di Kabupaten Wonosobo. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 17(1), 13-26.
- Lestari, S., Winanti, Fayzhall, M., Goestjahjanti, F. S., Basuki, S., Kariyadi, N., Lael, B., Nugroho, A. P., Tiara, B., Mulyani, R., Rahmandani, N. Y., & Aulia, A. R. (2023). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana untuk Para Pelaku. *Abdimas Unipem*, 1(1), 1-7.
- Lestari, T. A., Idrus, A. Al, Handayani, B. S., & Suyantri, E. (2023). Sosialisasi Optimalisasi Potensi Mangrove Berupa Olahan Makanan Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Pesisir Desa Ketapang Raya Kecamatan Keruak Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(6).
- Lestari, T. R. P. (2020). Keamanan Pangan Sebagai Salah Satu Upaya Perlindungan Hak Masyarakat Sebagai Konsumen. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 11(1), 57-72. <https://doi.org/10.46807/aspirasi.v11i1.1523>
- Salmah, E., Yuniarti, T., Wahidin, W., & Agustiani, E. (2020). Penyuluhan Tentang Pengelolaan Keuangan Dan Administrasi Usaha Pada Kelompok Industri Rumahtangga Di Desa Madana Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara. *Sangkabira*, 1(1), 27-40.
- Sudarsono, A. (2020). *Manajemen pemasaran*. Penerbit Gadjah Mada University Press.
- Sugata, M., Lucy, J., Rosa, D., Samantha, A., Susanti, A. I., & Pinontoan, R. (2022). Pelatihan Pembuatan Tempe Dan Produk Olahannya Di Kelurahan Bencongan Kabupaten Tangerang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 164. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i1.36277>
- Supiana, N., Waruwu, H., Iskandar, J., Maqin, S., Kamar, K., Alfariz, A. H., Insan, U., Indonesia, P., History, A., Taruna, K., Village, T., & Village, B. T. (2024). *Workshop on Fostering an Entrepreneurial Spirit Among Young Generations in the Bonsai Thematic Village , Tangerang 501) Workshop on Fostering an Entrepreneurial Spirit Among Young Generations in the Bonsai Thematic Village , Tangerang , Winanti , Supiana*. 500-

505.

- Syahida Harepa, N., Ratrinia, P., Suryono, M., Prodi Pengolahan Hasil Laut, S. F., Kelautan dan Perikanan Dumai, P., Dumai, K., & Riau, P. (2022). Karakteristik Mie Instan Kaya Nutrisi Berbahan Dasar Ikan Tenggiri (*Scomberomorus Commerson*) dan Tepung Buah Mangrove (*Sonneratia Caseolaris*). *Procedia of Social Sciences and Humanities*, 0672(c), 213-222. <https://pssh.umsida.ac.id>.
- Usdyana, N. F., Ahmad, I., & Yusuf, M. (2018). Diversifikasi jamur tiram sebagai pangan lokal pada kelompok wanita tani di Kecamatan Malua Kabupaten Enrekang.
- Winanti, Goestjahjanti, F. S., Tiara, B., Kamar, K., & Fernando, E. (2024). Pelatihan Pemanfaatan Media Social dan Pencatatan Keuangan Sederhana bagi UMKM Perumahan Rajawali, Rajeg, Tangerang. *Proletarian: Community Service Development Journal*, 2(1), 15-21.
- Winanti, W., Basuki, S., Supiana, N., Wiyono, N., Sukriyah, & Jainuri. (2024). Pembuatan Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Promosi Penjualan Produk Furniture Drum Bujana Tangerang. *Jurnal Abdimas PHP*, 7(1), 211-217.