

## PENINGKATAN PENDAPATAN TAMBAHAN ANGGOTA PKK MELALUI AFFILIATE MARKETING

Yudha Adi Kusuma<sup>1</sup>, Irna Tri Yuniahastuti<sup>2</sup>, Tita Talitha<sup>3</sup>, Rahayu Putri Lestari<sup>4</sup>

<sup>1,4</sup>Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas PGRI Madiun, Kota Madiun  
Alamat Korespondensi : Jalan AURI No 14-16, Kota Madiun, Jawa Timur, Indonesia – 63117

<sup>2</sup>Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas PGRI Madiun, Kota Madiun  
Alamat Korespondensi : Jalan AURI No 14-16, Kota Madiun, Jawa Timur, Indonesia – 63117

<sup>3</sup>Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Dian Nuswantoro, Kota Semarang  
Alamat Korespondensi : Jalan Nakula I No. 5-11, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia – 50131

E-mail: <sup>1</sup>yudhakusuma@unipma.ac.id, <sup>2</sup>irnatri@unipma.ac.id, <sup>3</sup>titatalitha@gmail.com, <sup>4</sup>rahayu110406@gmail.com

### Abstrak

*Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggota Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Desa Babadan melalui pelatihan affiliate marketing. Anggota PKK menghadapi tantangan berupa minimnya akses informasi, keterampilan teknologi, dan fasilitas pendukung. Kegiatan PkM menggunakan metode pendekatan partisipatif dengan empat tahapan, yaitu observasi awal, persiapan kegiatan, implementasi kegiatan, dan evaluasi hasil. Kegiatan PkM dilaksanakan selama empat minggu melalui ceramah, demonstrasi, dan praktik langsung. Peserta kegiatan PkM berjumlah 20 anggota aktif PKK. Hasil kegiatan PkM menunjukkan peningkatan keterampilan peserta dalam menggunakan teknologi digital untuk mempromosikan produk secara online. Selain itu, kegiatan ini berhasil memperkuat literasi digital peserta, sehingga mereka lebih percaya diri menghadapi peluang ekonomi berbasis teknologi. Program ini dapat menjadi model pemberdayaan bagi komunitas lain*

### Abstract

*The objective of this Community Service Program (CSP) is to enhance the economic well-being of the members of the Family Welfare Empowerment (FWE) group in Babadan Village through affiliate marketing training. FWE members confront several challenges, including constrained access to information, inadequate technological aptitude, and deficient supporting infrastructure. This program adopts a participatory approach comprising four stages: initial observation, preparation, implementation, and evaluation. This program was executed over a period of four weeks, encompassing lectures, demonstrations, and hands-on practice sessions, engaging 20 active FWE members. Outcomes of the program suggest that there have been substantial advancements among the participants' abilities concerning the utilization of digital technology for the promotion of products online. Program's efficacy is further underscored by its success in enhancing participants' digital literacy, thereby fostering their confidence in capitalizing on technology-based economic opportunities. This program can serve as a potential model for similar community empowerment initiatives.*

**Kata kunci:** *Affiliate Marketing, Literasi Digital, Pemberdayaan Ekonomi, PKK.*

### 1. PENDAHULUAN

Peberdayaan masyarakat memiliki peran krusial untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan komunitas lokal. Salah satu komunitas lokal yang berkontribusi dalam penggerak pembangunan adalah kelompok Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK). Anggota PKK mewadahi inisiatif berbasis digital (Wijesinghe et al., 2023). Tantangan anggota PKK saat ini adalah bagaimana menumbuhkan inovasi berbasis kolaborasi seiring dengan perkembangan era digital yang sangat masif (Swanson & Leader, 2023). Minimnya informasi dan lokasi berada di desa sering kali menjadi pengamat berkembangnya teknologi digital. Pemanfaatan teknologi digital menjadi pijakan

bagi setiap anggota PKK untuk memperoleh pendapatan tambahan (Lobo et al., 2022). Bentuk teknologi digital seperti *affiliate marketing* salah satu peluang anggota PKK untuk berbenah.

Secara istilah *affiliate marketing* berarti pemasaran afiliasi. Perusahaan / produsen bekerja sama dengan pihak ketiga / afiliasi untuk memasarkan produknya. Peran anggota PKK memiliki kontribusi potensial jika tahu cara yang tepat mempromosikan produk. Keberadaan *affiliate marketing* membantu anggota PKK untuk memperoleh komisi dari promosi produk (Hardianawati, 2023). Perolehan komisi berasal dari setiap produk yang berhasil terjual. Perolehan komisi bersifat akumulasi tiap bulan. Tidak perlu modal besar tapi hanya diperlukan koneksi internet (Husna, 2023). Pengetahuan tentang *affiliate marketing* menjadi alternatif menarik untuk mendukung perekonomian keluarga. Pengetahuan terkait platform digital sangat diperlukan dalam mendukung keberhasilan *affiliate marketing* (Walton et al., 2023). Oleh karenanya, anggota PKK membutuhkan pendampingan dalam optimalisasi *affiliate marketing* secara efektif.

Desa Babadan memiliki keanggotaan PKK aktif dari kalangan ibu rumah tangga. Pertemuan rutin anggota PKK selalu diagendakan setiap bulannya. Namun, sebagian besar anggota PKK belum memiliki akses atau memahami pemanfaatan teknologi digital untuk kesejahteraan ekonomi. Beberapa hambatan tersebut diakibatkan oleh keterbatasan informasi (Zakiyah et al., 2023), keterampilan (Sujarwo et al., 2021) dan dukungan fasilitas (Megawaty et al., 2022). Bentuk penyelesaian dari hambatan anggota PKK melalui kegiatan terencana dan terarah berkaitan dengan memberikan pengetahuan serta keterampilan (Rizal et al., 2022). Pemberian kegiatan diharapkan memberikan kontribusi dampak positif terhadap peningkatan aspek finansial.

Program kegiatan *affiliate marketing* tidak hanya memberikan manfaat ekonomi tetapi juga memperkaya literasi digital bagi anggota PKK. Keberadaan literasi digital menunjang pengembangan konten *affiliate marketing*. Pengetahuan literasi digital terkait *affiliate marketing* meliputi konsep *affiliate marketing* (Agmalaro & Amanda, 2023), cara kerja platform digital (Rosyidiana et al., 2022), hingga strategi pemasaran (Agustini et al., 2023). Melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM), anggota PKK diharapkan mendapatkan keterampilan baru yang relevan dengan perkembangan teknologi saat ini (Liwakabessy et al., 2023). Selain itu, kegiatan PkM ini juga dapat menjadi model bagi desa lain dengan tantangan sejenis.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan PkM berlangsung selama 4 minggu. Pertemuan rutin setiap minggunya melalui dua kali tatap muka. Setiap kegiatan dipilih akhir pekan supaya tidak mengganggu aktivitas keseharian peserta PkM (Kusuma, A., et al., 2024). Rata-rata waktu kegiatan tatap muka mencapai 90 menit. Kehadiran peserta PkM mencapai  $\pm 20$  orang setiap pertemuan. Sasaran kegiatan PkM adalah ibu rumah tangga yang tergabung anggota aktif PKK.

Kegiatan PkM menggunakan pendekatan partisipatif. Keunggulan pendekatan partisipatif adalah melibatkan peran aktif peserta PkM selama proses kegiatan berlangsung (Puspanita, 2022). Metode kegiatan PkM ini menggunakan 4 tahapan seperti pada Gambar 1. Tahapan kegiatan PkM meliputi observasi awal, persiapan kegiatan, implementasi kegiatan dan evaluasi akhir. Penjelasan lebih lanjut sebagai berikut :

Metode Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat



Gambar 1. Metode Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

- 1) **Observasi Awal**  
 Kegiatan observasi awal bertujuan untuk mengidentifikasi potensi dan permasalahan yang dihadapi anggota PKK (Radiansah et al., 2023). Kegiatan observasi hanya bersifat pemantauan dengan disertai dengan proses pengurusan perizinan pada pihak terkait. Proses pemantauan melalui wawancara antar pihak. Wawancara antara ketua serta anggota PKK sebagai cara memahami kondisi secara komprehensif. Batasan kegiatan wawancara hanya pada perolehan pendapatan sampingan anggota PKK. Semua temuan dipergunakan dalam merancang kegiatan PkM dengan menyesuaikan kebutuhan dan karakteristik peserta (Kusuma, et al., 2024).
- 2) **Persiapan Kegiatan**  
 Kegiatan persiapan diawali dengan koordinasi internal dengan tim PkM. Koordinasi berhubungan dengan penyusunan agenda kegiatan. Penyusunan agenda kegiatan disesuaikan tingkat pendidikan dan kemampuan peserta PkM (Fatmawati et al., 2023). Selain agenda kegiatan, persiapan peralatan penunjang juga dilakukan pembahasan. Pengambilan keputusan terkait sewa atau membawa dari kampus juga dibahas. Konsumsi dan Alat Tulis Kantor (ATK) juga tidak luput dari pembahasan (Munthe et al., 2023). Persiapan kegiatan secara matang diharapkan dapat mengurangi risiko hambatan kegiatan PkM. Panitia PkM menghindari risiko penurunan jumlah peserta PkM akibat kebosanan jalannya kegiatan PkM (Kusuma & Khoiri, 2024).
- 3) **Implementasi Kegiatan**  
 Implementasi kegiatan masuk dalam tahapan pelaksanaan program kegiatan PkM (Kusuma et al., 2024). Serangkaian pelatihan intensif diimplementasikan dengan memadukan metode kombinasi yaitu ceramah, demonstrasi dan praktik. Metode ceramah berupa penyampaian materi secara verbal di depan peserta PkM tanpa melibatkan interaksi (Cahayani et al., 2022). Metode ceramah bersifat sebagai pembuka pengetahuan awal terkait *affiliate marketing* dengan menggunakan presentasi powerpoint lewat *Liquid Crystal Display* (LCD) proyektor. Metode demonstrasi dijalankan dengan cara pengenalan atau pembelajaran melalui aksi nyata didepan peserta PkM (Siregar et al., 2023). Metode demonstrasi memungkinkan peserta PkM melihat langsung proses yang ingin diajarkan sebelum melakukannya sendiri. Metode praktik memberikan kesempatan peserta PkM untuk mencoba dan mendemonstrasikan sesuai materi yang sudah diajarkan (Astuti et al., 2023). Pendampingan intensif dari tim PkM dibutuhkan agar kebingungan saat praktik segera teratasi.

- 4) Evaluasi Akhir  
 Evaluasi akhir untuk menilai sejauh mana hasil dari capaian kegiatan PkM (Yuniahastuti et al., 2024). Manfaat dari evaluasi akhir adalah mengukur dampak yang dihasilkan, mengetahui keberhasilan, serta mencari area yang masih perlu diperbaiki. Evaluasi akhir mendorong pembenahan untuk kegiatan sejenis pada periode setelahnya (Sudarni et al., 2024). Tahapan evaluasi hasil dijalankan pada minggu ke 4 setelah implementasi kegiatan selesai. Mekanisme evaluasi akhir bisa bersifat kualitatif maupun kuantitatif tergantung jenis kegiatan PkM yang dilaksanakan.

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan kegiatan PkM berlokasi pada aula balai Desa Babadan, Kec. Paron, Kab. Ngawi, Jawa Timur. Kegiatan PkM ini lebih membahas terkait *affiliate marketing* sebagai potensi sumber pendapatan tambahan bagi anggota PKK. Pelaksanaan PkM berjalan dengan lancar dan terstruktur sesuai dengan apa yang direncanakan sebelumnya. Gambar 2 menunjukkan aktivitas kegiatan PkM. Fasilitas penunjang seperti LCD proyektor, meja dan kursi menggunakan milik Desa Babadan dengan melakukan proses peminjaman sebelum acara PkM dimulai. Setiap peserta PkM wajib melakukan absensi untuk memudahkan dalam distribusi konsumsi dan ATK ketika kegiatan PkM berjalan.



**Gambar 2.** Aktivitas Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Aktivitas kegiatan PkM dimulai dengan melakukan observasi awal. Kegiatan observasi awal dibantu oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas PGRI Madiun. Kegiatan observasi dilakukan pada hari pertama sampai ketiga pada minggu pertama. Tahapan observasi awal untuk mempersingkat waktu maka dilakukan dengan mencari informasi secara sampling pada beberapa anggota PKK maupun bertanya pada pihak pemerintah Desa Babadan. Selain mencari informasi terkait karakteristik dari anggota PKK, juga dilakukan pengurusan perizinan pada pemerintah Desa Babadan. Ketika perizinan PkM sudah terealisasi maka tim PkM melakukan konfirmasi pada Bintara Pembina Desa (Babinsa) serta Bhayangkara Pembina Keamanan dan Ketertiban Masyarakat (Bhabinkamtibmas). Langkah konfirmasi tersebut memberikan rasa aman dalam acara kegiatan PkM.

Persiapan kegiatan dijalankan pada pada hari ke empat sampai ke tujuh di minggu pertama. Aspek vital dalam persiapan kegiatan adalah penyusunan materi pelatihan secara sistematis. *Output* materi pelatihan bagi setiap peserta diberikan modul pelatihan. Pengembangan isi modul memuat konsep dasar *affiliate marketing*, strategi pemilihan *platform* dan teknik promosi. Sebelum modul dicetak, tim PkM melakukan uji coba untuk memastikan kejelasan dan kemudahan pemahaman. Tidak luput juga sarana dan prasaran juga menjadi agenda pengabdian. Kesiapan sarana dan prasaran dibantu mahasiswa yang melakukan KKN di tempat kegiatan PkM berlangsung. Persiapan sarana prasaran meliputi kesiapan tempat, peralatan multimedia dan pendukung lainnya.

Kegiatan implementasi dijalankan pada minggu ke dua dan minggu ke tiga. Gambar 3 menunjukkan implementasi kegiatan. Tahapan implementasi selama dua minggu melalui empat kali tatap muka. Tatap muka pertama menggunakan metode ceramah. Penyampaian materi saat ceramah adalah konsep dasar *affiliate marketing*. Kegiatan ceramah di pandu oleh Bapak Ridam Dwi Laksono,

S.Si., M.Pd. Penjelasan konsep dasar *affiliate marketing* disertai dengan contoh affliator sukses yang berlatar ibu rumah tangga. Contoh yang dipergunakan dalam materi adalah Bu Norma. Kesuksesan Bu Norma memanfaatkan *affiliate marketing* dengan produk yang dipilih adalah pakaian wanita dan anak (Nasuha, 2024). Tatap muka ke dua menggunakan metode demonstrasi. Penyajian materi ketika demonstrasi adalah strategi pemilihan *platform*. Tahapan pemilihan *platform* berdasarkan dari kebiasaan dari peserta PkM membeli barang secara *online*. Penyajian materi strategi pemilihan *platform* secara demonstrasi oleh Bapak Ir. Yudha Adi Kusuma, S.T., M.T.



Gambar 3. Implementasi Kegiatan PkM

Tatap muka ke dua dan ke empat menggunakan metode praktik. Penyajian materi praktik terkait teknik promosi didampingi oleh Ibu Irna Tri Yuniahastuti, S.Pd., M.T. Kegiatan praktik pada minggu ke tiga diharuskan setiap peserta untuk mendaftar akun sebagai partner atau affiliate program. Melengkapi formulir pendaftaran seperti data diri, rekening bank dan *platform* promosi. Proses verifikasi oleh aplikasi akan berlangsung selama tiga sampai lima hari kerja. Jika verifikasi berhasil akan berlanjut pada aktivitas seperti memilih produk, membuat *link* produk dan mempromosikan *link* tersebut pada media sosial atau platform lainnya. Praktik minggu ke empat adalah memantau performa *link* dan penjualan. Selain itu juga, setiap peserta juga diwajibkan praktik juga penarikan komisi untuk dipindahkan ke rekening masing-masing peserta PkM. Kegiatan praktik perlu ada pendampingan intensif karena tingkat pemahaman antar peserta tidak sama. Kadang kalanya ada peserta yang kelewatan sehingga ada pendampingan bantuan dari mahasiswa KKN. Penyebab secara tidak langsung adalah faktor umur dan tingkat pendidikan. Perbedaan signifikan tersebut bisa terlihat dari lama waktu setiap peserta menjadi anggota PKK. Hambatan tersebut diatasi dengan cara melakukan praktek dengan penuh kesabaran dan perhatian antara peserta dengan tim PkM.

Evaluasi akhir dilakukan pada minggu ke empat. Evaluasi akhir melalui analisis komparatif terkait perbandingan antara kondisi awal dengan akhir peserta PkM setelah mengikuti rangkaian kegiatan PkM. Wawancara dan penyebaran kuesioner pada evaluasi akhir bertujuan untuk mengukur kinerja PkM dan kognitif peserta PkM. Hasil evaluasi akhir dijelaskan sebagai berikut :

1) Evaluasi Kinerja PkM

Evaluasi kinerja berkaitan dengan persepsi peserta terhadap semua kegiatan yang terjadi pada PkM. Aspek pengukuran kinerja pada pembicara, materi, kondisi serta sarana dan prasarana. Hasil pengukuran dapat dilihat pada Tabel 1. Secara umum peserta PkM menilai bahwa kinerja PkM yang diberikan sudah berjalan baik maupun sangat baik. Beberapa sisanya menganggap cukup dan minim sekali yang memberikan penilaian buruk maupun sangat buruk. Banyak peserta yang merasakan dampak dari PkM membuka peluang baru yang mana sangat jarang mereka ketahui saat ini. Hal ini ditunjang dengan persiapan matang dari tim PkM yang memberikan materi sesuai dengan kondisi dari peserta PkM yang notabene adalah ibu-ibu. Perlu penjelasan sederhana dan tidak membingungkan sehingga apa yang disajikan cepat untuk peserta PkM pahami.

Tabel 1. Hasil Kinerja PkM

Kategori Penilaian	Pembicara	Materi	Kondisi	Sarana & Prasarana
Sangat Buruk	0 %	0 %	0 %	0 %
Buruk	5 %	0 %	0 %	0 %
Cukup	10 %	5 %	5 %	5 %
Baik	15 %	20 %	15 %	5 %
Sangat Baik	70 %	75 %	80 %	90 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

2) Evaluasi Kognitif Peserta PkM

Evaluasi kognitif berhubungan dengan penilaian pengetahuan peserta antara sebelum dan sesudah diadakan kegiatan PkM. Hasil pengukuran kognitif dapat diketahui pada Tabel 2. Kriteria penilaian terbagi menjadi lima kategori yaitu sangat buruk ( $x \leq 50$ ), buruk ( $50 < x \leq 60$ ), cukup ( $60 < x \leq 70$ ), baik ( $70 < x < 80$ ) dan sangat baik ( $x \geq 80$ ). Hasil penilaian memiliki kecenderungan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan dengan dibuktikan setelah kegiatan PkM terjadi peningkatan hasil uji penilaian. Namun, hasil uji penilaian perlu adanya validasi pengujian lanjutan menggunakan uji t. Hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 3. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai sig.  $< 0,05$  sehingga sudah dipastikan bahwa PkM sudah sesuai dengan perencanaan awal yaitu dampak PkM memberikan kontribusi dalam menambah pengetahuan dan pengalaman peserta terhadap *affiliate marketing*.

Tabel 2. Hasil Penilaian Kognitif Peserta PkM

Kategori Penilaian	Pre Test		Post Test	
	Frekuensi	Presentase	Frekuensi	Presentase
Sangat Buruk	1 orang	5 %	0 orang	0 %
Buruk	5 orang	25 %	0 orang	0 %
Cukup	12 orang	60 %	0 orang	0 %
Baik	2 orang	10 %	3 orang	15 %
Sangat Baik	0 orang	0 %	17 orang	85 %
Total	20 orang	100 %	20 orang	100 %

Tabel 3. Hasil Uji t untuk Sampel Berpasangan

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Hasil PkM - Test	71.87500	11.02488	1.74319	68.34907	75.40093	41.232	39	.000

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan PkM adalah *affiliate marketing* memiliki potensi inovatif dalam menambah pendapatan tambahan bagi anggota PKK Desa Babadan. Implementasi kegiatan melalui ceramah, demonstrasi dan praktik dapat meningkatkan pemahaman dalam mempergunakan platform digital untuk pemasaran produk. Peserta PkM secara mayoritas berhasil mengaplikasikan strategi pemasaran online secara mandiri dan berkontribusi pada peningkatan literasi digital dan peluang ekonomi saat ini. Sebagai tindak lanjut, perlu dilakukan penguatan jaringan pemasaran dengan melibatkan mitra usaha dan komunitas digital yang lebih luas. Pemerintah desa serta lembaga pendidikan dapat berkontribusi dalam menyediakan pelatihan yang lebih menyeluruh guna memastikan kelangsungan program ini tetap terjaga dan berdampak lebih luas dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agmalaro, M. A., & Amanda, D. (2023). Pengenalan Strategi Digital Marketing untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kelurahan Situ Gede, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(2), 258–268. <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.9.2.258-268>
- Agustini, S. R., Hendri, Eni Rohaini, & Tia Pratiwi, I. (2023). Workshop “Strategi Digital Marketing dan Sosial Media Sebagai Media Promosi Produk dan Meningkatkan Kompetensi Siswa Untuk Berwirausaha di SMK N 4 Kota Jambi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat UNAMA (JPMU)*, 2(1), 58–66. <https://doi.org/10.33998/jpmu.2023.2.1.709>
- Astuti, H., Dewi, N. K., Studi, P., Komunikasi, I., Komunikasi, F. I., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Studi, P., Komunikasi, I., Komunikasi, F. I., Bhayangkara, U., Raya, J., & Unggul, U. E. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan dalam Menumbuhkan Rasa Percaya Diri melalui Latihan Dasar Kepemimpinan dan Public Speaking bagi Pengurus OSIS SMAN 3 Tambun Selatan, Bekasi. *Jurnal Terapan Abdimas*, 8(1), 111–116. <https://doi.org/10.25273/jta.v8i1.14263>
- Cahayani, N. L. P., Sudarsana, I. B. O., & Sudana, I. K. (2022). PKM Peningkatan Kompetensi Guru Melalui Pedampingan Penulisan Artikel Ilmiah Penelitian Tindakan Kelas. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Widya Mahadi*, 2(2), 52–60. <https://doi.org/10.59672/widyamahadi.v2i2.1956>
- Fatmawati, A., Dewi, I. N., Sukri, A., Utami, S. D., Rizka, M. A., & Sapina, S. (2023). Workshop Program Kreativitas Mahasiswa sebagai Penguatan Gerakan Gemar Menulis Ilmiah. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA : Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan Kepada Masyarakat*, 4(2), 463–470. <https://doi.org/10.33394/jpu.v4i2.7155>
- Hardianawati. (2023). Affiliated Marketing Content in Shopee Through Tiktok Media on Purchase Decisions. *Revista de Gestao Social e Ambiental*, 17(4), 1–12. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v17n4-025>
- Husna, F. (2023). Peran Affiliator dalam Menarik Minat Belanja Konsumen. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 299–306. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.135>
- Kusuma, Y. A., A., I. M. A., Luthfianto, S., Talitha, T., & Sutono, S. B. (2024). Pelatihan Preventif Maintenance dan Repair terhadap Peralatan Administrasi untuk Mengatasi Kendala Pelayanan Publik. *Petik : Jurnal Pengabdian Teknik Dan Ilmu Komputer*, 4(1), 10–14.
- Kusuma, Y. A., Afriyani, V., & Fanani, R. D. (2024). Sosialisasi Penerapan Good Government untuk Meningkatkan Pelayanan kepada Masyarakat Desa. *JPM Bakti Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 31–39. <https://doi.org/10.54771/c1ds5j53>
- Kusuma, Y. A., Fandidarma, B., & Afriyani, V. (2024). Sosialisasi Investasi Penggunaan Pembangkit Listrik Tenaga Surya (PLTS) sebagai Sumber Energi Tambahan Selain Sumber Listrik dari PLN. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknik (JPMT)*, 7(1), 35–42.
- Kusuma, Y. A., & Khoiri, H. A. (2024). Pengenalan Desa Cinta Statistik (CanTik) dalam Mendukung Perencanaan Pembangunan Desa. *DHARMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 1–9.
- Leiwakabessy, T. F. F., Ikbal, L., Sihasale, J. R., Risambessy, M. S., Samale, L., & Ananda, G. M. C. (2023). Sosialisasi dan Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM Negeri Halong. *Pattimura Mengabdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 158–163. <https://doi.org/10.30598/pattimura-mengabdi.1.3.158-163>
- Lobo, D., Rodriguez, A. C., Nova, S. P. de C. C., & Ardichvili, A. A. (2022). Five Practices for Building Local Capacity in Sustainability-Driven Entrepreneurship for Place-Based Transformations. *Sustainability*, 14, 1–37. <https://doi.org/10.3390/su14053027>
- Megawaty, D. A., Setiawansyah, S., Ahmad, I., Aminatun, D., Mandasari, B., Alita, D., Pustika, R., & Lestari, D. T. (2022). Penerapan Dan Pelatihan Web PKK Desa Purworejo Kota Gajah Lampung Tengah. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 339–344. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.4031>
- Munthe, H., Khasrad, Khairani, R., Yanti Purba, P., Endah Ndilosa Ginting, K., & Rudiyanto. (2023). Budget Preparation Training to Increase Operational Profit of UMKM Srikandi Bakti Real Village Tanjung Rejo Percut Sei Tuan Deli Serdang. *GANDRUNG: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 1032–1038. <https://doi.org/10.36526/gandrung.v4i2.2821>
- Nasuha, W. (2024). Pintar Manfaatkan Peluang, Ibu Rumah Tangga Ini Sukses Jadi Affiliate hingga Bisa Beli Tanah dan Dongkrak Ekonomi Keluarga. *Olenka.Id*. <https://olenka.id/pintar->

- manfaatkan-peluang-ibu-rumah-tangga-ini-sukses-jadi-affiliate-hingga-bisa-beli-tanah-dan-dongkrak-ekonomi-keluarga/all
- Puspanita, I. (2022). Sosialisasi Kewirusahaan Dalam Meningkatkan Minat Wirausaha Masyarakat Desa Sindangsari. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 160–165. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.3650>
- Radiansah, D., Sesario, R., Patappa, A. M., Ichsan, I., Wasis, T. C., Febtysiana, N. F., & Hillary, J. (2023). Peningkatan Nilai Tambah (Value Added) Produksi Minyak Goreng Kelapa Tradisional. *Berdikari: Jurnal Inovasi Dan Penerapan Ipteks*, 11(1), 59–73. <https://doi.org/10.18196/berdikari.v11i1.16332>
- Rizal, F., Prayoga, D. H., Amalia, D. I., Rosanti, D. A., Anggrahini, E. N., & Andini, E. M. W. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan Produk Pertanian Kelompok Tani Wanita Permata Indah Desa Selur. *Abdimas Indonesian Journal*, 2(2), 115–130. <https://doi.org/10.59525/aj.v2i2.120>
- Rosyidiana, R. N., Ervianty, R. M., Nurul, M., Linduwati, P. M., Arda Rini, I. N., & Rahmawati, L. A. (2022). Digitalisasi Pelaporan Keuangan dan Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil Menengah sebagai Strategi Pemulihan Ekonomi di Masa Pandemi. *Darmabakti Cendekia: Journal of Community Service and Engagements*, 4(1), 16–22. <https://doi.org/10.20473/dc.V4.I1.2022.16-22>
- Siregar, R. S., Kuswandari, R. A., & Ilvira, R. F. (2023). PKM Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Ibu Rumah Tangga melalui Bimbingan Teknis Pengolahan Keripik Pisang Kepok. *Pelita Masyarakat*, 4(2), 271–284. <https://doi.org/10.31289/pelitamasyarakat.v4i2.8706>
- Sudarni, D. H. A., Nisa, N. I. F., & Kusuma, Y. A. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Non-Produktif Desa Bantengan melalui Pelatihan Pembuatan Minyak Goreng Berbahan Dasar Dedak Padi (Ricebran) untuk Meningkatkan Ekonomi. *At-Tamkin - Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 41–48.
- Sujarwo, S., Kusumawardani, E., Trisanti, T., & Santi, F. U. (2021). Women Strengthening Through Information Technology Literacy in Tourist Village. *Journal of Nonformal Education*, 7(1), 112–118. <https://doi.org/10.15294/jne.v7i1.29277>
- Swanson, L. A., & Leader, J. (2023). The Case for Using an Intergenerational Multi-Methods Approach in Community-Based Research. *International Journal of Qualitative Methods*, 22, 1–14. <https://doi.org/10.1177/1609406923118>
- Walton, E. P., Faizal, M. I. A., Sherlyana, Novaldi, R., Sari, P. M., Fadilah, M., Herwanto, F., Nurhasanah, S., Zahwa, S., Nabila, A., & Neisy. (2023). Training in Creating Attractive Promotional Content and Product Marketing Through E-Commerce for MSMEs. *GANDRUNG: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 994–1001. <https://doi.org/10.36526/gandrung.v4i2.2612>
- Wijesinghe, M. S. D., Gunawardana, B. M. I., Weerasinghe, W. M. P. C., Karunaratne, S. A. S. C., Vithana, V. C. N., Rajapaksha, R. M. N. U., Batuwanthudawe, R., & Karunapema, R. P. P. (2023). Empowering Communities During the COVID-19 Pandemic through Mothers' Support Groups: Evidence from a Community Engagement Initiative in Sri Lanka. *Global Health Science and Practice*, 11(2), 1–9. <https://doi.org/10.9745/GHSP-D-22-00402>
- Yuniahastuti, I. T., Kusuma, Y. A., Sunaryantiningsih, I., & Firmansyah, A. (2024). Pengenalan Panel Surya sebagai Sumber Energi Ramah Lingkungan kepada Kelompok Pemuda Krida Muda Desa Kartoharjo Magetan. *Jurnal Edukasi Pengabdian Masyarakat: EDUABDIMAS*, 3(2), 195–202. <https://doi.org/10.36636/eduabdimas.v3i2.4153>
- Zakiyah, Erziaty, R., Wahab, A., Arminarahmah, N., & Fitriana, Y. (2023). Pelatihan Produk Roti Bolu Kukus dan Perluasan Pasar Digital Syariah pada Ibu-Ibu Rumah Tangga di Kelurahan Mentaos Banjarbaru. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 241–247. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i1.11168>