

Pelatihan Manajemen Pemasaran dan Produksi Olahan Kripik Bayam untuk Peningkatan Perekonomian Di Kelurahan Klabulu Kota Sorong

**Agilistya Rahayu^{1*}, Susetyowati Sofia², Rais Dera Pura Rawi³, Ramli
Lewenussa⁴, Wisang Candra Bintari⁵, Mitta Muthia Wangsih⁶, Nurul
Hidayah⁷, Aprisa Rian Histiari⁸**

^{1,2,3,4,5}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sorong

Email: ¹⁾agilistya@um-sorong.ac.id, ²⁾susetyowati.sofia@gmail.com, ³⁾raisderaprawi@um-sorong.ac.id, ⁴⁾irianfish@gmail.com, ⁵⁾binaricandra@gmail.com, ⁶⁾mithamuthia@gmail.com,
⁷⁾nurulhidayah@um-sorong.ac.id, ⁸⁾prisanabil@gmail.com

Diterima: September 2025. **Disetujui:** Oktober 2025. **Dipublikasikan:** Oktober 2025.

Abstract

The Community Service Program (PKM) in Klabulu Village, Malaimsimsa District, Sorong City, was carried out by lecturers and third-semester students from the Faculty of Economics, Muhammadiyah University of Sorong, aiming to enhance the local community's economy during the Covid-19 pandemic. The participants were primarily women motivated to become micro, small, and medium enterprise (MSME) entrepreneurs. The main issues faced by the community included limited knowledge of processing thorn spinach (bayam duri) into higher-value products and a lack of understanding of effective marketing strategies. The activities included introducing entrepreneurship concepts and providing business motivation, training participants to process thorn spinach into high-value spinach chips, and conducting practical sessions on production and marketing through the application of marketing mix strategies. Additionally, participants learned product packaging and labeling techniques. The program concluded with a discussion session that allowed participants to clarify concepts and deepen their understanding of the training materials.

Keywords: UMKM, Entrepreneurship, Production Training, Marketing Mix, Label

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Kelurahan Klabulu, Distrik Malaimsimsa, Kota Sorong, dilaksanakan oleh dosen dan mahasiswa semester III Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sorong untuk meningkatkan perekonomian warga saat pandemi Covid-19. Peserta kegiatan adalah ibu-ibu yang memiliki motivasi menjadi pelaku UMKM. Permasalahan utama yang dihadapi masyarakat adalah kurangnya pengetahuan dalam mengolah bayam duri agar bernilai jual tinggi serta kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran yang efektif. Kegiatan meliputi pengenalan wirausaha dan motivasi bisnis, pelatihan pengolahan bayam duri menjadi keripik bernilai jual tinggi, praktik produksi, serta praktik pemasaran melalui penerapan strategi bauran pemasaran. Selain itu, peserta juga dilatih dalam pengemasan dan pelabelan produk. Kegiatan diakhiri dengan sesi diskusi untuk memperdalam pemahaman dan menjawab pertanyaan peserta terkait materi yang telah diberikan.

Kata Kunci: UMKM, Wirausaha, Pelatihan Produksi, Bauran Pemasaran, Label

1. Pendahuluan

Pembangunan ekonomi nasional akan terakselesasi dengan baik dengan keberadaan wirausaha. Kemajuan ekonomi nasional dapat salah satunya dapat dilihat dari berkurangnya



angka pengangguran dan kemiskinan; kenaikan pendapatan individu dan pendapatan nasional; dan jumlah wirausaha semakin meningkat. Para wirausaha akan menyediakan kebutuhan barang atau jasa untuk para calon konsumen maupun konsumennya. Wirausahawan dapat menilai kesempatan mulai menjalankan bisnis dan mewujudkan gagasan inovatif secara kreatif untuk pencapaian kesuksesan. Wirausahawan akan selalu melakukan inovasi dan selalu memiliki daya kreatifitas yang tidak terbatas. Suatu daerah yang memperlihatkan kreatifitas dengan berkembang sangat pesat maka daerah tersebut menjadi maju dengan perputaran modal begitu cepat.

Kewirausahaan merupakan seseorang individu atau kelompok yang berupaya untuk selalu berinovasi dan membuat keunikan, dan tidak selalu bergantung pada sumber daya atau sumber ekonomi yang digunakan saat ini. Seorang wirausaha akan selalu berupaya membaca peluang dan menciptakan suatu nilai untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (Robbins dan Coulter dalam Pradana dan Safitri, 2020). Berwirausaha akan memperoleh keuntungan tetapi kemungkinan juga mendapatkan kerugian, sehingga menjadi seorang wirausaha diperlukan kepribadian yang tanggung, pantang menyerah, percaya diri, dan memiliki kemampuan membaca peluang. Berprofesi menjadi wirausaha handal yang dijelaskan diatas diperlukan motivasi yang tinggi. Motivasi berwirausaha akan mendorong individu membangun usaha tidak selalu berfokus pada keuntungan tetapi kepuasan berwirausaha. Dalam membangun kesadaran akan kepuasan berwirausaha untuk meningkatkan pengetahuan dan motivasi diperlukan pelatihan berwirausaha. Pelatihan kewirausahaan dilaksanakan harus sesuai dengan karakteristik individu yang ada di daerah tersebut.

Pelatihan kewirausahaan saat ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk memulai usaha mikro kecil menengah (UMKM). Pelatihan kewirausahaan akan memecahkan persolan ekonomi dalam kehidupan. Dengan berwirausaha akan terus melakukan usaha untuk meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya. Bekal keilmuan yang didapat dapat mengembangkan diri dan dipergunakan untuk menggali potensi yang dimiliki. Pelatihan merupakan upaya mengembangkan sumber daya manusia, terutama mengembangkan kepribadian. Pelatihan menjadi faktor dalam pengembangan sumber daya manusia, menambah pengetahuan, dan meningkatkan keterampilan dan meningkatkan produktivitas. Pelatihan berwirausaha merupakan suatu proses pendidikan diluar sekolah dengan tujuan meningkatkan kemampuan atau keterampilan khusus seseorang atau kelompok orang dalam berwirausaha dengan mandiri. Pelatihan keterampilan merupakan aspek kewirausahaan yang mengacu pada tuntutan kompetensinya. (Herlina, 2013).

Kelurahan Klabulu merupakan salah satu kelurahan yang terletak di Distrik Malaimsimsa Kota Sorong Provinsi Papua Barat. Kelurahan ini memiliki potensi sayur bayam liar atau bayam duri. Bayam duri merupakan salah satu tanaman sayur yang tumbuh liar, dapat tumbuh dimana dilahan kosong, ladang bahkan dipinggir jalan. Potensi yang ada tidak dimanfaatkan dengan baik, kurang dikembangkan oleh masyarakat sekitar. Potensi tanaman bayam duri yang tumbuh liar dibiarkan dan hanya sebagian kecil warga yang memanennya dan dijual. Potensi tanaman bayam liar yang melimpah diharapkan dapat dimanfaatkan oleh para warga kelurahan Klabulu untuk dijadikan sebuah bisnis. Potensi yang dapat dikembangkan menjadi sebuah bisnis adalah pengolahan kripik bayam. Kelurahan Klabulu dapat menjadi kelurahan binaan dalam menciptakan peluang usaha. Berdasarkan observasi di kota Sorong dan kabupaten Sorong belum ada produksi kripik bayam sebagai cemilan atau oleh-oleh khas Sorong masih belum ada.

Hasil wawancara tim dengan beberapa ibu-ibu warga kelurahan Klabulu masalah pemanfaatan potensi yang dihadapi oleh masyarakat yaitu: (1). ibu-ibu warga kelurahan Klabulu kurang mengetahui bagaimana proses pengolahan bayam duri agar nilai jual tinggi; (2) ibu-ibu kelurahan Klabulu kurang mengetahui bagaimana cara memasarkan produk yang efektif.

Berdasarkan masalah yang dihadapi, kegiatan pengabdian dilakukan sebagai berikut: (1) penyusunan materi tentang kewirausahaan untuk memotivasi; (2) membuat materi tentang manajemen pemasaran dengan menetapkan strategi pemasaran berdasarkan 4P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (distribusi), *promotion* (promosi); (3) Melakukan pelatihan kepada warga kelurahan Klabulu mengenai pengolahan bayam dan strategi pemasaran. Dan tujuan dari pengabdian kepada masyarakat yaitu: (1). Membantu warga kelurahan Klabulu dalam pengembangan potensi dalam pengolahan bayam duri; (2) Meningkatkan keterampilan warga dalam pemasaran produk untuk memulai usaha; (3) Meningkatkan perekonomian warga kelurahan Klabulu.

2. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan yang diterapkan dalam merealisasi program kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu:

- 1) Ceramah yaitu metode penyampaian materi dilakukan dengan penjelasan lisan secara langsung. Metode ini diawali dengan penjelasan tujuan, garis-garis besar materi dan bahan yang telah dipersiapkan. Keberhasilan metode ceramah yang harus diperhatikan adalah keseriusan dari peserta, penyajian secara sistematis, metode yang menarik peserta, memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk aktif. Metode ceramah perlu penyampaian kesimpulan, pemberian tugas kepada peserta dan adanya penilaian akhir atau evaluasi (Tambak, 2014).
- 2) Praktek, metode dengan memberikan materi dibantu dengan penggunaan alat dan benda, dan dengan cara memberikan peragaan. Metode ini diharapkan para peserta pelatihan menjadi jelas dan mudah memahami. Materi yang didapat saat itu juga langsung dipraktekkan dengan tujuan mengembangkan dan menyempurnakan keterampilan yang di perlukan (Titin, 2016).
- 3) Diskusi atau tanya jawab
Pemberian materi dengan ciri keterkaitan pada suatu topik, pokok pernyataan dan masalah dimana para peserta berdiskusi, berusaha mencapai suatu keputusan, pendapat yang disepakatin, dan pemecahah masalah dengan data dan argumentasi (Masrukin & Arba'i, 2018).

Observasi dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat dilakukan selama satu bulan sebelum melaksanakan kegiatan. Metode dalam pelaksanaan observasi kami melakukan kegiatan :

- 1) Wawancara, kegiatan wawancara dimulai dari berkunjung ke rumah salah satu RT dan warga. Kemudian dilanjutkan ke kantor kelurahan untuk mencari informasi potensi kelurahan Klabulu terkait permasalahan yang dihadapi
- 2) Pengamatan, pengamatan di kota Sorong dan kabupaten Sorong tentang peluang pasar olahan bayam dipasar, supermarket dan media sosial.

Pengumpulan data yang diperlukan sudah selesai, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan ketua RT dan kepala kantor kelurahan Klabulu terkait program kerja pelatihan dan pendampingan warga untuk memulai bisnis UMKM dan minta persetujuan kepala kantor kelurahan. Setelah kegiatan observasi kami menggali informasi mengenai upaya warga setempat dan pemerintah dalam memanfaatkan potensi yang tersedia. Metode yang dilaksanakan ditahap berikutnya yaitu :

- 1) Tahap Pertama, memberi pengenalan tentang wirausaha dalam mengembangkan kreatifitas dan meningkatkan nilai jual bayam untuk memberi motivasi para warga terutama ibu-ibu untuk memulai bisnis menjadi pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM).
- 2) Tahap Kedua, pemberian materi pengolahan bahan baku bayam berduri menjadi produk keripik bayam dengan nilai jual yang lebih tinggi. Kemudian dilanjutkan dengan materi manajemen pemasaran dengan strategi yang digunakan untuk menarik para calon konsumen baik pemasaran langsung dan pemasaran tidak langsung dengan menggunakan media sosial
- 3) Tahap Ketiga, praktek pengolahan bayam duri menjadi keripik bayam dilakukan bersama-sama dengan para peserta pelatihan. Praktek bersama ini dilakukan untuk membuat antusias para peserta pelatihan dan materi yang didapat langsung dipraktekkan untuk memberikan keterampilan dalam pengolahan bayam duri.
- 4) Tahap Keempat, praktek pemasaran dengan pemberian contoh terlebih dahulu kepada peserta mengenai perbedaan strategi produk, strategi harga, strategi distribusi dan strategi promosi. Tujuan pemberian praktek ini adalah para peserta mampu membedakan disetiap strategi yang akan dilaksanakan.
- 5) Tahap Kelima, praktek pemberian kemasan dan pelabelan pada produk yang baru diproduksi saat itu. Tim pengabdian mempersiapkan beberapa kemasan dan membandingkan kemasan yang mana yang lebih menarik konsumen. Dan praktek pemberian label sebagai identitas merek
- 6) Tahap Keenam, diskusi dilakukan untuk memberi kesempatan kepada para peserta pelatihan untuk menyampaikan materi yang belum dimengerti dan masih bingung.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tajuk “Pelatihan Manajemen Pemasaran dan Produksi Olahan Kripik Bayam Untuk Peningkatan Perekonomian Saat Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Klabulu Kota Sorong”. Kegiatan dilakukan oleh tim pengabdian dari Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sorong yang bersama dengan para mahasiswa semester III Prodi Manajemen. Kegiatan turun ke lokasi diawali dengan wawancara yang dilakukan kepada salah satu ibu RT yang kebetulan beliau sangat aktif sebagai kader di kelurahan. Kemudian dilanjutkan dengan wawancara dengan kepala kantor kelurahan Klabulu untuk mencari informasi potensi terkait permasalahan yang dihadapi. Kegiatan berikutnya melakukan observasi ke pasar-supermarket dan media sosial untuk melihat peluang pasar hasil produksi olahan keripik bayam. Dan mencari data tentang peluang usaha cemilankripik bayam dan oleh-oleh keripik bayam di kota Sorong disaat pandemic covid-19 masih berlangsung dengan tujuan menambah penghasilan warga kelurahan Klabulu.

Tempat kegiatan pengabdian dengan program memberikan pelatihan diselenggarakan di Kantor Kelurahan Klabulu Distrik Malaisimsa Kota Sorong pada hari Kamis, tanggal 06 Januari 2022. Dengan waktu pukul 10.00 WIT sampai dengan selesai. Dan sasaran yang menjadi peserta pelatihan merupakan para warga sekitar kelurahan Klabulu terutama ibu-ibu rumah tangga yang ingin memulai berbisnis dan berkeinginan menjadi pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM).



Kegiatan dilakukan dengan beberapa tahap yaitu :

- 1) Tahap memberikan motivasi kepada para warga terutama ibu-ibu untuk memulai bisnis menjadi pelaku UMKM. UMKM meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah, sebagai pengembangan kawasan untuk mempercepat pemulihan perekonomian. UMKM sebagai wadah program pengembangan berbagai sektor yang berpotensi. Melalui UMKM akan meningkatkan kreatifitas menyalurkan ide dan kreasi masyarakat dengan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia. Peran UMKM terhadap perekonomian dilihat dari: a) sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi; b). penyedia lapangan kerja; c) pengembangan kegiatan ekonomi lokal; (d) pencipta pasar baru dan sumber inovasi; (e) menjaga neraca pembayaran kegiatan ekspor. (Dewi, 2020)
- 2) Tahap pemberian materi pengolahan bahan baku bayam berduri menjadi produk keripik bayam dan materi manajemen pemasaran dengan strategi yang tepat untuk digunakan. Strategi pemasaran dalam kegiatan menggunakan pendekatan bauran pemasaran (marketing mix), yang terdiri dari 4 (P), yaitu :
 - a) **Produk (product)**
Produk harus diperhatikan dalam memasarkan barang, dan produksi dapat menarik minat konsumen dengan produk sesuai kebutuhan, mutu terbaik, dan inovatif.
 - b) **Harga (price)**
Harga menjadi peranan penting saat terjadinya jual beli, konsumen menentukan menentukan pilihan dan harga menjadi pertimbangan.
 - c) **Tempat (place)**
Tempat berkaitan dengan pendistribusian, kegiatan produksi berkaitan dengan konsumen mudah tidaknya untuk mendapatkan produk tersebut. Tempat strategis yang mudah dijangkau menjadi faktor pendukung terhadap keputusan pembelian produk.
 - d) **Promosi (promotion)**
Promosi bertujuan meyakinkan calon konsumen mengenai produk yang ditawarkan. Kegiatan promosi menjadi faktor pendukung keberhasilan pemasaran suatu produk (McCarthy dalam Ningsih & Maika, 2020).



Gambar 1. Pemberian Motivasi & Pemaparan Materi

- 3) Tahap praktek yaitu produksi pengolahan bayam duri menjadi keripik bayam bersama-sama antara tim pengabdian dan peserta pelatihan. Produksi merupakan proses menciptakan dan menambah faedah baru suatu bahan baku dengan menggunakan faktor-faktor produksi agar lebih bermanfaat dan menambah nilai. Proses produksi diterapkan produsen diharapkan pencapaian sasaran yang optimal dengan penggunaan sumber-sumber produksi secara efisien dan efektif. Pencapaian produksi optimal dengan persediaan bahan baku dan tingkat biaya yang minimum. (Herawat & Mulyani, 2016).



Gambar 2 Praktek Pengolahan Keripik Bayam

- 4) tahap praktek pemasaran dilakukan dengan pemberian contoh-contoh kepada peserta mengenai perbedaan strategi bauran pemasaran (marketing mix) yaitu produk, harga, distribusi dan promosi. Tujuan pemberian praktek ini adalah para peserta mampu membedakan disetiap strategi yang akan dilakukan pada produk yang akan dipasarkan.
- 5) tahap pemberian kemasan dan pelabelan pada produk yang baru diproduksi. Label adalah bagian produk membawa informasi verbal tentang produk dan penjualnya, konsumen mengenal dan mengingat produk karena memiliki identitas.

Fungsi label yaitu:

- label sebagai identifikasi produk dan merek
- label sebagai penentuan kelas produk
- label sebagai gambaran beberapa hal mengenai produk
- label sebagai promosi produk lewat aneka gambar yang menarik

Keuntungan penggunaan label, yaitu:

- peningkatkan penjualan
- pendorong promosi
- perlindungan terhadap konsumen
- perlindungan terhadap persaingan sejalan dengan tujuan ekonomi (Kotler dalam Irrubai, 2015)



Gambar 3. Produk setelah diberi label

- 6) tahap diskusi untuk menyampaikan materi yang belum dimengerti oleh para peserta pelatihan. Pada tahap diskusi ini ada beberapa pertanyaan dari peserta, karena keterbatasan waktu pertanyaan dibatasi tiga pertanyaan pada sesi pertama dan dua pertanyaan pada sesi kedua.



Gambar 4. Diskusi Bersama Narasumber



Gambar 5 Kegiatan PKM di Kelurahan Klabulu

4. Kesimpulan

Kegiatan yang telah dilakukan dengan tajuk “Pelatihan Manajemen Pemasaran dan Produksi Olahan Kripik Bayam Untuk Peningkatan Perekonomian Saat Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Klabulu Kota Sorong”. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan di kelurahan Klabulu Distrik Malaimsimsa Kota Sorong. Program pelatihan dan pendampingan memberikan motivasi kepada masyarakat terutama ibu-ibu rumah tangga untuk memulai bisnis menjadi pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) untuk membantu pendapatan keluarga disaat ekonomi kurang baik karena terjadi pandemic covid-19 melanda Indonesia.

Kegiatan pengabdian dilakukan di kelurahan Klabulu untuk menjawab masalah pemanfaatan potensi yang dihadapi oleh masyarakat. Diharapkan warga terutama ibu-ibu rumah tangga dapat lebih kreasi dan inovasi untuk memanfaatkan sayur bayam duri yang tumbuh liar sehingga nilai jual akan tinggi; dan diharapkan para peserta dapat mengaplikasikan strategi pemasaran produk untuk memulai usaha. Kegiatan dilaksanakan dengan memberikan materi tentang masalah yang dihadapi, kegiatan pengabdian dilakukan sebagai berikut: (1) penyusunan materi tentang kewirausahaan untuk memotivasi; (2) membuat materi tentang manajemen pemasaran dengan menetapkan strategi pemasaran berdasarkan 4P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (distribusi), *promotion* (promosi); (3) Melakukan pelatihan kepada warga kelurahan Klabulu mengenai pengolahan bayam duri dan strategi pemasaran.

5. Saran

Untuk kegiatan pengabdian selanjutnya diharapkan dapat berkolaborasi dengan Balai Pengkajian Teknologi Pertanian dan Dinas Koperasi serta UMKM Kota Sorong untuk dukungan teknis dan data, yang mana lebih berfokus pada scalability dan sustainability, yaitu bukan hanya studi kasus, tapi solusi yang dapat direplikasi di komunitas lain di Papua Barat Daya, khususnya di Kota Sorong.

6. Daftar Pustaka

- Dewi, M. A. (2020). Pelatihan Etika Bisnis dan Pembukuan Sederhana Pelaku UMKM di Kelurahan Klampis Ngasem Surabaya. *Jurnal Ilmiah Pengabdhi*, 6(2). <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7476>
- Herawat, H., & Mulyani, D. (2016). PENGARUH KUALITAS BAHAN BAKU DAN PROSES PRODUKSI TERHADAP KUALITAS PRODUK PADA UD. TAHU ROSYDI PUSPAN MARON PROBOLINGGO. *UNEJ E-Proceeding*, 463–482. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/3677/2867>
- Herlina, E. (2013). Strategi Panti Asuhan Dalam Meningkatkan Kemandirian Warga Belajar Melalui Pendidikan Dan Pelatihan Kewirausahaan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2(2), 105–116. <https://doi.org/https://doi.org/10.22460/empowerment.v2i2p104-115.603>
- Irrubai, M. L. (2015). STRATEGI LABELING , PACKAGING DAN MARKETING PRODUK HASIL INDUSTRI RUMAH TANGGA. *Journal.Uinmataram.Ac.Id*, 15–30.
- Masrukin, A., & Arba'i, A. (2018). Metode Diskusi Dan Tanya Jawab Dalam Pembelajaran SKI Untuk Meningkatkan Keaktifan Belajar Siswa Kelas VII - H MTs Al- Mahrusiyah Lirboyo

- Kediri. Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman, 8(3), 451–466.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33367/intelektual.v8i3.743>
- Ningsih, D. D. S., & Maika, M. R. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(03), 693–702. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1464>
- Pradana, B. I., & Safitri, R. (2020). Pengaruh Motivasi Wirausaha dan Mental Wirausaha terhadap Minat Wirausaha. Iqtishoduna, 16(1), 73–82.
<https://doi.org/10.18860/iq.v16i1.6797>
- Tambak, S. (2014). Metode Ceramah: Konsep Dan Aplikasi Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. Jurnal Tarbiyah, 21(2), 375–401.
<http://repository.uir.ac.id/id/eprint/1924>
- Titin, S. (2016). Pengaruh Metode Pembelajaran Praktik Terhadap Motivasi Dan Hasil Belajar Pendidikan Agama Islam Siswa Kelas

7. Metode Pelaksanaan

Pada dasarnya bagian ini menjelaskan pelaksanaan dan metode pengabdian. Uraian pelaksanaan kegiatan meliputi lokasi, waktu, latar belakang peserta dan banyak peserta. Sedangkan, uraian metode kegiatan meliputi metode dan materi yang disampaikan. Pilih salah satu atau mengkombinasikan beberapa metode kegiatan antara lain: (1) Training/ Pelatihan: barang maupun jasa, difusi ipteks, substitusi ipteks (ipteks terbarukan), atau simulasi ipteks; (2) Pendidikan berkelanjutan. Penysadaran/ Peningkatan pemahaman terhadap suatu masalah; (4) Konsultasi/ Pendampingan/ Mediasi.

2.1 Metode 1

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

2.2 Metode 2

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

8. Hasil dan Pembahasan

Bagian ini merupakan bagian utama artikel hasil pengabdian dan biasanya merupakan bagian terpanjang dari suatu artikel. Hasil pengabdian yang disajikan dalam bagian ini adalah hasil “bersih”. Proses analisis data tidak perlu disajikan. Tabel dan grafik dapat digunakan untuk memperjelas penyajian hasil pengabdian. Tabel dan grafik harus diberi komentar atau bahasan.

Pembahasan dalam artikel bertujuan untuk; (1) menunjukkan bagaimana implementasi solusi yang ditawarkan untuk mengatasi masalah mitra; (2) menunjukkan bagaimana luaran dari implementasi solusi tersebut sebagai indikator keberhasilan program; serta (3) menjelaskan faktor-faktor pendorong atau penghambat pelaksanaan program. Dalam bagian pembahasan ini lebih ditekankan pada uraian luaran program yang dapat berupa produk/barang atau jasa yang dihasilkan mitra sebagai indikator keberhasilan program. Dalam menjawab permasalahan mitra, hasil pengabdian harus terukur (dapat dilakukan melalui questioner, pre-test dan post-test, pengamatan produk yang dihasilkan, respon mitra, dan lain sebagainya).

3.1 Hasil 1 Penjelasan Gambar

Semua gambar harus disajikan dalam huruf Georgia (mohon gunakan Figure / Table Caption | JIA) dan diproduksi dengan kualitas tinggi (Gambar 1)



Gambar 1. Judul Gambar



3.2 Hasil 2 Penjelasan Tabel

Tabel harus disajikan dalam bentuk teks yang dapat diedit, bukan gambar. Tabel harus diberi nomor secara berurutan berdasarkan urutan kemunculannya di dalam teks, dengan catatan apa pun yang berkaitan dengan tabel diposisikan di bawah badan tabel. Penting untuk memastikan bahwa data dalam tabel tidak mereplikasi hasil yang dibahas di bagian lain dari artikel. Selain itu, hindari penggunaan aturan vertikal dan bayangan dalam sel tabel. Contoh tabel ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Judul tabel

Sample	Value ((\pm SD)	p-value
QWE	2,375 \pm 3.25	0.123 ^{a,*}
RTY	2,375 \pm 3.25	0.123 ^b
UIO	2,375 \pm 3.25	0.123 ^a
PAS	2,375 \pm 3.25	0.123 ^{b,*}

3.3 Pembahasan

Bagian ini membahas pentingnya temuan-temuan pengabdian. Bagian ini berfokus pada penafsiran hasil tanpa membahas kutipan atau diskusi ekstensif dari literatur yang ada.

9. Kesimpulan

Hasil pengabdian kunci dan saran dari penelitian harus diringkas secara ringkas, yang hanya diambil dari hasil penelitian. Sebaiknya hindari merujuk pada penelitian-penelitian sebelumnya.

10. Daftar Pustaka

- Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. Harper Business.
- Exposito, A., & Sanchis-Llopis, J. A. (2018). Innovation and business performance for Spanish SMEs: New evidence from a multi-dimensional approach. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 36(8), 911–931. <https://doi.org/10.1177/0266242618782596>
- Rahayu, R., & Day, J. (2015). Determinant Factors of E-commerce Adoption by SMEs in Developing Country: Evidence from Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 142–150. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.423>
- Singh, B., Srivastava, S., Chaudhuri, R., Chatterjee, S., & Vrontis, D. (2024). Assessing the entrepreneurial business performance from a dynamic capability and TOE framework: moderating role of crowdfunding support. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2023-0462>
- Thompson, A., Strickland, A. J., & Gamble, J. E. (2008). *The quest for competitive advantage*. New York: McGraw-Hill Irwin. Value Based Management. net

