JURNAL ABDIMAS INDONESIA Vol. 5, No. 3, 2025
E-ISSN 2797-2887
Copyright © 2025 The Author(s)

Pemberdayaan Masyarakat Desa Margaluyu melalui Inovasi Produk 'The-LabZ' dan Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Kemandirian Ekonomi

Muthahharah Thahir[1], Hasti Pramesti Kusnara[2], Tiara Widiana[3], Tyas Fatih Dwi Prastya[4], Intan Fitri Nur Aeni[5], Nur Muhammad Hamzah[6], Cindy Mahesa Rahayu[7], Marsyah Fajar Muharam[8]

[1,5,6] Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Ma'soem, Bandung, Indonesia
[2,8] Fakultas Komputer, Universitas Ma'soem, Bandung, Indonesia
[3,4] Fakultas Pertanian, Universitas Ma'soem, Bandung, Indonesia
[7] Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bandung, Indonesia

Penulis Korespondensi:
Muthahharah Thahir
muthahharah.thahir@gmail.com

Abstrak:

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilatarbelakangi oleh rendahnya nilai jual labu siam di Desa Margaluyu yang hanya dipasarkan dalam bentuk buah segar sehingga rentan terhadap fluktuasi harga pasar. Tujuan utama kegiatan ini adalah meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat melalui inovasi produk olahan labu siam berupa dodol bermerek "The-LabZ" serta memperkuat kemampuan pemasaran digital untuk membangun identitas dan daya saing produk lokal. Metode pelaksanaan yang digunakan adalah *Community-Based Participatory Research* (CBPR) mitra berperan aktif sejak perencanaan hingga evaluasi. Peserta yang terlibat terdiri dari ibu rumah tangga dan pemuda. Manfaat nyata dari kegiatan ini adalah lahirnya produk inovatif "The-LabZ" yang layak jual, meningkatnya keterampilan kewirausahaan masyarakat, serta terbukanya peluang usaha baru yang dapat menopang pendapatan keluarga. Kesimpulan kegiatan pengabdian ini yaitu memberikan kontribusi baru dalam bentuk model pemberdayaan masyarakat berbasis inovasi produk lokal dan pemasaran digital yang melibatkan partisipasi aktif warga. Aspek penting yang dihasilkan adalah terbangunnya kesadaran dan kemandirian masyarakat untuk mengembangkan usaha secara berkelanjutan dengan memanfaatkan potensi desa mereka sendiri.

Kata Kunci: *Inovasi Produk, Kemandirian Ekonomi, Pemberdayaan Masyarakat, Teknologi Digital, The-Labz*

Pendahuluan

Desa Margaluyu, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung, merupakan salah satu sentra pertanian sayur di wilayah Bandung Selatan dengan komoditas unggulan berupa labu siam. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan diskusi dengan perangkat desa, sebagian besar rumah tangga di desa ini membudidayakan labu siam di pekarangan atau lahan sekitar rumah. Hasil panen biasanya dijual dalam bentuk segar dengan harga relatif rendah, jauh di bawah harga pasaran di wilayah lain. Kondisi ini semakin sulit ketika pasokan dari daerah lain, seperti Garut, telah mencukupi kebutuhan pasar, sehingga

Copyright © 2025 The Author(s)

distribusi dari Margaluyu menjadi terhambat. Permasalahan utama yang dihadapi masyarakat adalah rendahnya nilai jual labu siam akibat minimnya inovasi pengolahan, yang membuat mereka rentan terhadap fluktuasi harga pasar dan persaingan antarwilayah.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim pengabdian mengusung inovasi pengolahan labu siam menjadi produk dodol yang diberi merek "The-LabZ". Program ini dirancang sebagai upaya pemanfaatan hasil panen secara lebih optimal, memperluas peluang usaha, dan menciptakan identitas produk lokal yang khas. Kegiatan ini difokuskan pada peningkatan keterampilan teknis pengolahan pangan serta penguatan kapasitas pemasaran melalui media sosial yang relevan dengan kondisi pasar lokal.

Teknologi dan strategi yang diimplementasikan dalam program ini memiliki dasar keilmuan yang kuat (Plowman et al., 2010). Pengolahan hasil pertanian menjadi produk bernilai tambah telah lama diakui sebagai salah satu strategi efektif dalam meningkatkan nilai ekonomi komoditas local (Herlinawati et al., 2024; Kesehatan & Anak, 2014). Pengolahan pangan mampu memperluas variasi produk (Chang & Meyerhoefer, 2021; Huang et al., 2020; Nurbais et al., 2022), membuka peluang pasar baru, dan memperpanjang umur simpan, sehingga petani tidak sepenuhnya bergantung pada penjualan produk segar yang rentan terhadap fluktuasi harga. Dalam konteks Desa Margaluyu, inovasi pengolahan labu siam menjadi dodol "The-LabZ" merupakan langkah strategis untuk mengubah surplus panen menjadi produk dengan nilai jual lebih tinggi sekaligus memiliki daya tarik unik sebagai identitas desa.

Inovasi produk "The-LabZ" tidak hanya memberikan solusi pengolahan hasil pertanian, tetapi juga menjadi sarana untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan masyarakat. Proses produksi dodol melibatkan teknik pengolahan pangan yang higienis, pengendalian mutu, dan inovasi rasa yang sesuai preferensi konsumen modern. Dengan penguasaan keterampilan ini, masyarakat memperoleh modal pengetahuan dan kemampuan praktis yang dapat diaplikasikan tidak hanya pada produk "The-LabZ", tetapi juga pada pengembangan produk pangan lokal lainnya. Pendekatan ini selaras dengan prinsip pemberdayaan berbasis keterampilan (*skill-based empowerment*)yang menekankan pada kemandirian masyarakat dalam mengelola sumber daya lokal (Istifadah et al., 2022).

Pemanfaatan digital marketing dalam program ini menjadi pilar penting (Chang & Meyerhoefer, 2021; Dewi et al., 2025; Kusnara et al., 2024) untuk memperluas jangkauan pasar produk "The-LabZ". Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business dipilih sebagai sarana utama promosi karena kemampuannya menjangkau konsumen secara cepat, interaktif, dan berbiaya rendah. (Kusnara & Satriana, 2024), menunjukkan bahwa pemasaran digital dapat meningkatkan eksposur produk, membangun citra merek (*brand image*), serta memfasilitasi transaksi secara langsung tanpa perantara. Strategi ini akan mengajarkan masyarakat untuk memanfaatkan teknologi dalam memasarkan produk, memahami tren konsumen, dan mengelola hubungan dengan pelanggan secara efektif.

Kombinasi antara inovasi produk dan strategi pemasaran digital diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal yang berkelanjutan (Linwistin et al., 2022). Dengan adanya nilai tambah dari pengolahan hasil pertanian serta dukungan pemasaran digital yang terarah, masyarakat Desa Margaluyu dapat meningkatkan pendapatan, mengurangi ketergantungan pada pasar tradisional, dan membangun daya saing produk lokal di tingkat regional maupun nasional. Model ini juga berpotensi direplikasi di desa-desa lain yang memiliki komoditas unggulan serupa,

sehingga memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan kemandirian ekonomi pedesaan secara lebih luas.

Tujuan utama kegiatan ini adalah meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat Desa Margaluyu melalui inovasi produk olahan labu siam dan pemanfaatan digital marketing. Secara khusus, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengolah hasil pertanian menjadi produk bernilai tambah, memperkuat kemampuan branding dan promosi produk secara daring, serta menciptakan identitas produk lokal yang berdaya saing di pasar. Manfaat yang dihasilkan meliputi peningkatan pendapatan keluarga, terbukanya peluang usaha baru, serta penguatan kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan usaha berbasis potensi desa.

Metode Pelaksanaan

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Desa Margaluyu, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung pada tanggal 10 Agustus 2025. Metode pengabdian yang digunakan *adalah Community-Based Participatory Research* (CBPR), di mana masyarakat berperan aktif sejak perencanaan hingga evaluasi (Mochamad et al., 2024; Qisthani et al., 2025). Kegiatan ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu sosialisasi, persiapan, pelatihan dan pendampingan, serta evaluasi dan pengembangan. Sasaran kegiatan adalah warga Desa Margaluyu yang memiliki potensi dalam mengolah labu siam menjadi produk olahan bernilai tambah, dengan tujuan dalam kegiatan ini dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan mengurangi ketergantungan pada penjualan produk segar. Pemilihan peserta dilakukan secara purposif melalui undangan langsung kepada warga yang memiliki atau mengakses lahan dengan tanaman labu siam serta menunjukkan minat untuk mengikuti pelatihan dan pemasaran produk. Peserta yang terlibat terdiri dari ibu rumah tangga dan pemuda desa, yang hadir secara sukarela dan berkomitmen mengikuti seluruh tahapan kegiatan.

Metode pengabdian yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi beberapa tahap, yaitu: (1) persiapan, berupa koordinasi dengan perangkat desa, identifikasi calon peserta, dan penyusunan alat serta bahan pelatihan; (2) sosialisasi/penyuluhan, untuk memberikan pemahaman mengenai urgensi pengolahan hasil pertanian dan peluang pemasaran digital; (3) pelatihan, berupa praktik langsung pembuatan produk olahan labu siam “The-LabZ” dengan standar kebersihan dan mutu; (4) pendampingan, yang dilakukan dalam bentuk konsultasi teknis, pembinaan kewirausahaan, dan strategi pemasaran; serta (5) demonstrasi pemasaran digital, dengan memperkenalkan penggunaan platform media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan.

Indikator keberhasilan kegiatan ini ditentukan dari beberapa aspek, yaitu meningkatnya keterampilan peserta dalam mengolah labu siam menjadi produk olahan dodol dengan kualitas baik; bertambahnya pengetahuan dan kemampuan peserta dalam melakukan branding serta pemasaran digital; terbentuknya kelompok usaha kecil berbasis masyarakat yang berorientasi pada produk “The-LabZ”; dan adanya komitmen dari peserta untuk melanjutkan pengembangan usaha secara mandiri setelah kegiatan selesai.

Metode evaluasi dilakukan untuk mengukur ketercapaian indikator keberhasilan tersebut. Evaluasi dilaksanakan melalui teknik observasi dan wawancara. Observasi dilakukan untuk menilai keterampilan teknis peserta dalam proses produksi, sedangkan wawancara digunakan untuk menggali perubahan persepsi dan motivasi kewirausahaan. Evaluasi juga dilengkapi dengan monitoring tindak lanjut setelah kegiatan, guna melihat

Copyright © 2025 The Author(s)

sejauh mana peserta mampu mengimplementasikan hasil pelatihan dalam praktik usaha sehari-hari.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul pemberdayaan masyarakat Desa Margaluyu melalui inovasi produk 'The-LabZ' dan pemanfaatan teknologi digital untuk kemandirian ekonomi ini menunjukkan bahwa program yang telah dilaksanakan memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, serta motivasi masyarakat. Secara umum, peserta atau masyarakat mampu mengikuti rangkaian kegiatan dengan baik dan menunjukkan antusiasme yang tinggi sejak tahap awal hingga akhir. Hal ini tampak dari keterlibatan aktif dalam diskusi, partisipasi dalam praktik, serta kesiapan dalam mempraktekkan secara langsung di rumah masing-masing. Dengan demikian, kegiatan ini berhasil menciptakan suasana pembelajaran yang partisipatif, kolaboratif, dan menyenangkan.



Gambar 1. Proses Pembuatan

Proses pembuatan menunjukkan capaian tersebut sejalan dengan teori *participatory learning* yang menekankan pentingnya keterlibatan langsung peserta dalam proses pembelajaran (Thahir & Sumarto, 2019). Ketika peserta tidak hanya menjadi pendengar, tetapi juga pelaku dalam praktik nyata, pengetahuan yang diperoleh menjadi lebih bermakna dan mudah diingat (Ana, 2025). Hal ini juga diperkuat dengan penggunaan media pendukung seperti tabel, grafik, maupun skema yang membantu memperjelas materi dan memfasilitasi pemahaman peserta secara visual.

Secara lebih spesifik, kegiatan ini juga membuktikan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman mampu meningkatkan rasa percaya diri peserta (Damayanti & Wulanningtyas, 2025; Jaya et al., 2025; Sunaengsih et al., 2024). Mereka tidak hanya memahami konsep secara teoritis, tetapi juga dapat mengaitkannya dengan situasi nyata yang dihadapi dalam keseharian. Dengan demikian, hasil kegiatan tidak berhenti pada tataran pengetahuan, melainkan berkembang menjadi keterampilan praktis yang aplikatif. Dalam setiap kegiatan produksi, pengelolaan biaya menjadi salah satu aspek penting yang harus diperhatikan. Keberhasilan inovasi produk tidak hanya ditentukan oleh kualitas dan kreativitas (Heryani et al., 2020; Manajerial et al., 2023; Naim et al., 2023), tetapi juga oleh perencanaan keuangan yang matang. Oleh karena itu, diperlukan

transparansi dalam penyusunan biaya agar setiap tahapan produksi dapat berjalan secara efektif dan efisien. Dengan adanya rincian biaya ini, diharapkan masyarakat pelaku usaha dapat memahami struktur pengeluaran, sekaligus mampu mengembangkan strategi yang lebih berkelanjutan dalam proses produksi.

Tabel 1. Rincian Biaya Produksi per Batch Dodol Labu Siam "The-Labz"

No	Komponen Biaya	Jumlah	Satuan Harga (Rp)	Total (Rp)
1	Labu siam	300 gram	20/kg	6.000
2	Santan	200 ml	120.000/liter	24.000
3	Gula pasir	700 gram	21.429/kg	15.000
4	Tepung ketan	500 gram	26.000/kg	13.000
5	Tepung beras	200 gram	37.500/kg	7.500
6	Vanili	4 gram	250.000/kg	1.000
7	Pewarna makanan	3 ml	167/liter	500
8	Gas	-	-	5.000
	Total Bahan Baku			**72.000**
9	Tenaga kerja (2 orang)	per batch	-	20.000
10	Sewa tempat	per batch	-	25.000
11	Kemasan (plastik OPP + standing pouch + label)	per batch	-	8.140
	Total Produksi			**125.140**

Rincian biaya produksi yang ditampilkan pada tabel di atas memberikan gambaran bahwa mengenai kebutuhan sumber daya dalam menghasilkan satu batch dodol labu siam The-LabZ. Informasi ini sangat penting bagi masyarakat Desa Margaluyu agar mampu mengelola usaha secara lebih terarah, transparan, dan berorientasi pada keuntungan. Dengan mengetahui komponen biaya secara detail, masyarakat dapat menghitung harga pokok produksi (HPP), menentukan margin keuntungan yang wajar, serta menetapkan harga jual produk yang kompetitif di pasaran. Keterbukaan dalam penyusunan biaya juga menjadi bagian dari proses edukasi kewirausahaan masyarakat, karena mereka diajak untuk berpikir tidak hanya pada aspek produksi tetapi juga aspek manajemen usaha. Dengan demikian, kegiatan ini sejalan dengan tujuan program PKM yang tidak hanya berfokus pada inovasi produk, tetapi juga membekali masyarakat dengan keterampilan manajemen usaha yang dapat meningkatkan kemandirian ekonomi. Lebih jauh, hasil rincian biaya produksi ini dapat dijadikan dasar dalam strategi branding dan pemasaran digital. Dengan memahami struktur biaya, masyarakat bisa menampilkan nilai tambah produk The-LabZ sebagai olahan lokal yang berkualitas, sehat, dan bernilai ekonomi tinggi. Pemanfaatan media sosial dan platform digital akan semakin memperluas jangkauan pasar, sehingga produk tidak hanya dikenal di tingkat lokal, tetapi juga berpeluang menembus pasar yang lebih luas

Keterkaitan antara hasil kegiatan dengan teori ini mengindikasikan bahwa strategi yang digunakan oleh tim pengabdian sudah tepat. Kegiatan tidak hanya memberikan pengetahuan baru, tetapi juga menumbuhkan kesadaran bahwa keberhasilan belajar sangat dipengaruhi oleh keterlibatan aktif peserta dan relevansi materi dengan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hasil kegiatan ini menjadi bukti nyata bahwa pembelajaran berbasis partisipasi dan pengalaman memiliki efektivitas tinggi dalam meningkatkan kualitas pembelajaran maupun pengembangan diri peserta.

Copyright © 2025 The Author(s)

Selanjutnya, kegiatan ini juga memberikan edukasi mengenai pentingnya branding dan pemasaran digital sebagai strategi keberlanjutan program. Peserta diajak memahami bahwa branding bukan hanya tentang logo atau nama, melainkan identitas dan citra positif yang ingin ditanamkan di benak masyarakat. Dengan branding yang kuat, program akan lebih mudah dikenal, dipercaya, dan mendapat dukungan. Sementara itu, pemanfaatan pemasaran digital diperkenalkan sebagai cara efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Media sosial, website, dan platform digital lainnya dijelaskan sebagai sarana promosi, edukasi, sekaligus komunikasi yang dapat memperkuat eksistensi program.



Gambar 2. Edukasi Branding dan Pemasaran Digital

Dari sisi dampak, warga merasa bangga dapat memanfaatkan labu siam yang sebelumnya hanya dikonsumsi sebagai sayur harian menjadi produk bernilai ekonomi. Pemanfaatan bahan pangan lokal ini juga menjadi solusi atas melimpahnya hasil panen di Desa Margaluyu, yang sebelumnya memiliki harga jual rendah di pasar. Melalui pelatihan, warga memperoleh skill baru dalam pengolahan, pengemasan, dan strategi pemasaran digital menggunakan Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business. Ke depannya, warga merencanakan produksi mandiri dan mengikuti pameran UMKM tingkat desa. Pendekatan ini sejalan dengan konsep pemberdayaan berbasis komunitas yang menekankan peningkatan kapasitas dan keberlanjutan usaha serta prinsip *Community-Based Participatory Research* (CBPR) yang menempatkan masyarakat sebagai mitra aktif dalam setiap tahapan perencanaan dan implementasi program (Bryan et al., 2020; Schoch-Spana et al., 2021). Pelaksanaan program PKM yang dilakukan ini tidak hanya menghasilkan produk inovatif yang layak jual, tetapi juga berpotensi menjadi sumber pendapatan baru bagi masyarakat dengan keberlanjutan yang kuat (Sunaengsih et al., 2024; Thahir & Sa'ud, 2020).



Gambar 4. Foto Close-Up Dodol Labu Siam (Varian Original & Kopi)



Gambar 5. Foto Bersama

Simpulan

Pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini telah memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dalam meningkatkan kapasitas produksi sekaligus memperkuat daya saing usaha. Melalui pendampingan pada aspek produksi, masyarakat mampu menghasilkan produk yang lebih berkualitas, higienis, serta memiliki standar yang konsisten. Selain itu, melalui edukasi tentang pentingnya branding dan pemasaran digital, masyarakat Maragaluyu mulai memahami bagaimana membangun identitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan nilai jual melalui strategi pemasaran yang tepat. Masyarakat tidak hanya terbantu pada sisi teknis produksi, tetapi juga mendapatkan wawasan yang lebih luas terkait strategi keberlanjutan usaha. Harapannya, hasil dari program ini dapat menjadi bekal berharga bagi mitra untuk terus mengembangkan usaha secara mandiri, berinovasi, dan mampu bersaing di tengah dinamika pasar yang semakin kompetitif.

Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan ucapan terima kasih kepada kepada aparat Pemerintah Desa Margaluyu khususnya RW 4 yang telah memberikan dukungan penuh sejak tahap

Copyright © 2025 The Author(s)

persiapan hingga pelaksanaan kegiatan ini. Kehadiran, arahan, serta fasilitas yang diberikan menjadi salah satu faktor penting terselenggaranya kegiatan dengan baik dan lancar.

Kami juga menyampaikan apresiasi setinggi-tingginya kepada seluruh warga masyarakat Desa Margaluyu yang begitu antusias berpartisipasi. Semangat, keterlibatan, serta keramahtamahan yang ditunjukkan telah memberikan energi positif sehingga kegiatan ini tidak hanya berjalan sesuai rencana, tetapi juga terasa lebih bermakna. Semoga kolaborasi dan kebersamaan yang terjalin dapat terus berlanjut untuk mendukung pembangunan desa yang lebih maju dan sejahtera.

Referensi

Ana, A. F. U. (2025). Implementasi Implementasi Metode Modelling the Way untuk Meningkatkan Hasil Belajar Fikih Siswa MI Kelas III. *IQRO: Journal of Islamic Education*, *8*(2), 638–653. https://doi.org/10.24256/IQRO.V8I2.7127

Bryan, J., Williams, J. M., & Griffin, D. (2020). Fostering Educational Resilience and Opportunities in Urban Schools Through Equity-Focused School–Family–Community Partnerships. *Professional School Counseling*, *23*(1_part_2). https://doi.org/10.1177/2156759X19899179

Chang, H. H., & Meyerhoefer, C. D. (2021). COVID-19 and the Demand for Online Food Shopping Services: Empirical Evidence from Taiwan. *American Journal of Agricultural Economics*, *103*(2), 448–465. https://doi.org/10.1111/AJAE.12170

Damayanti, Y. D., & Wulanningtyas, M. E. (2025). INCLUSIVE LEARNING MODEL IN SPORTS MATRICULATION: ADAPTATION STRATEGY TO IMPROVE ACTIVE INVOLVEMENT OF 3T STUDENTS IN HIGHER EDUCATION. *International Journal of Active Learning*, *10*(1), 24–28. https://doi.org/10.15294/IJAL.V10I1.22104

Dewi, S., Fahmi Nugraha, M., Aryanti, U., Yusman, N. I., Kusnara, H. P., Al, M. P., & Saleh, Q. (2025). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Secara Online UMKM Hijab Syamil di Kecamatan Cicalengka Kabupaten Bandung. *PADMA*, *5*(1), 48–56. https://doi.org/10.56689/PADMA.V5I1.1848

Herlinawati, L., Hernawan, A. A., & Ningrumsari, I. (2024). Pengaruh perbandingan tepung terigu, tepung garut (Maranta arundinacea L.) dan tepung wortel (Daucus carota L.) terhadap karakteristik kulit pangsit kukus. *Composite: Jurnal Ilmu Pertanian*, *6*(2), 91–99. https://doi.org/10.37577/COMPOSITE.V6I2.680

Heryani, H., Legowo, A. C., & Nugroho, I. P. (2020). STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF UNTUK INOVASI. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, *30*(3), 290–298. https://doi.org/10.24961/J.TEK.IND.PERT.2020.30.3.290

Huang, H. W., Hsu, C. P., & Wang, C. Y. (2020). Healthy expectations of high hydrostatic pressure treatment in food processing industry. *Journal of Food and Drug Analysis*, *28*(1), 1–13. https://doi.org/10.1016/J.JFDA.2019.10.002

Istifadah, I., Komariah, A., Muhtaram Mirfani, A., Achmad Kurniady, D., Thahir, M., & Nurlatifah, S. (2022). The Analysis Of School Quality Fulfillment Based On National Education Standards. *Journal of Positive School Psychology* , *6*(8), 3976–3983. https://www.journalppw.com/index.php/jpsp/article/view/10534

Jaya, A., Hartono, R., Wahyuni, S., & Yulianto, H. J. (2025). From silent to supreme: The transformative power of project-based learning on language learners. *Multidisciplinary Reviews*, *8*(8), 2025258–2025258. https://doi.org/10.31893/MULTIREV.2025258

Kesehatan, M. E., & Anak, G. B. (2014). Penerapan Teknologi Augmented Reality Sebagai Model Media Edukasi Kesehatan Gigi Bagi Anak. *Creative Information Technology Journal*, *2*(1), 77–92. https://doi.org/10.24076/CITEC.2014V2I1.39

Kusnara, H. P., Rahmawati, R. S., & Putri, T. V. R. (2024). Tren Konsumen Generasi Z dalam Pembelian Online Produk Eiger: Implikasi bagi Strategi Pemasaran Bisnis Digital. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, *3*(5), 3388–3395. https://doi.org/10.56799/JCEKI.V3I5.4624

Kusnara, H. P., & Satriana, W. (2024). Strategi Pemasaran Marketing Mix (7P) Terhadap Penjualan Online dalam Meningkatkan Minat Beli. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, *3*(4), 2063–2069. https://doi.org/10.56799/JCEKI.V3I4.4069

Linwistin, L., Erwin, E., Syahrir, N., & Azis, A. (2022). Kekayaan Sumber Daya dan Kebudayaan Dalam Meningkatkan Perekonomian Umkm Kelurahan Baruga Dhua Kecamatan Banggae Timur. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, *3*(1), 1–7. https://doi.org/10.55338/JPKMN.V3I1.261

Manajerial, J., Kewirausahaan, D., Anderson, J., Hidayah, N., & Korespondensi, P. (2023). Pengaruh Kreativitas Produk, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja UKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, *5*(1), 185–194. https://doi.org/10.24912/JMK.V5I1.22566

Mochamad, *, Aderama, R., Rizal Aderama, M., Taufiq, M., & Jannah[3], M. (2024). Meningkatkan Kualitas Hidup Masyarakat Melalui Pengembangan Potensi Lokal dan Pemberdayaan Komunitas di Desa Lajuk Kabupaten Pasuruan. *Dinamika Sosial : Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Transformasi Kesejahteraan*, *1*(3), 151–173. https://doi.org/10.62951/DINSOS.V1I3.550

Naim, S., Antesty, S., & Hasibuan, R. P. (2023). MENDUKUNG INOVASI PRODUK DAN KREATIVITAS DALAM BISNIS UMKM: PELATIHAN PENGEMBANGAN PRODUK BERKUALITAS. *Eastasouth Journal of Impactive Community Services*, *1*(03), 203–214. https://doi.org/10.58812/EJIMCS.V1I03.132

Nurbais, S., Hardiyanto, T., Ningrumsari, I., & Khairina, A. (2022). Analisis Ketahanan Pangan Rumah Tangga Petani pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Dimamu*, *2*(1), 75–85. https://doi.org/10.32627/DIMAMU.V2I1.666

Plowman, L., McPake, J., & Stephen, C. (2010). The Technologisation of Childhood? Young Children and Technology in the Home. *Children & Society*, *24*(1), 63–74. https://doi.org/10.1111/J.1099-0860.2008.00180.X

Qisthani, N. N., Faizah, & Arifin, M. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Desa Kalisari dalam Pengembangan Desa Wisata Halal Food Tourism Berbasis Digital Branding. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, *6*(1), 11–21. https://doi.org/10.37339/JURPIKAT.V6I1.1958

Copyright © 2025 The Author(s)

Schoch-Spana, M., Brunson, E. K., Long, R., Ruth, A., Ravi, S. J., Trotochaud, M., Borio, L., Brewer, J., Buccina, J., Connell, N., Hall, L. L., Kass, N., Kirkland, A., Koonin, L., Larson, H., Lu, B. F., Omer, S. B., Orenstein, W. A., Poland, G. A., … White, A. (2021). The public's role in COVID-19 vaccination: Human-centered recommendations to enhance pandemic vaccine awareness, access, and acceptance in the United States. *Vaccine*, *39*(40), 6004–6012. https://doi.org/10.1016/J.VACCINE.2020.10.059

Sunaengsih, C., Sunaengsih, C., Maulana, M., Djuanda, D., Rosalin, E., Thahir, M., & Nurafifah, T. S. (2024). E-leadership in Effective Higher Education Management. *Mimbar Sekolah Dasar*, *11*(4), 807–827. https://doi.org/10.53400/mimbar-sd.v11i4.79400

Thahir, M., & Sa'ud, U. S. (2020). Implementation of Sustainable Class System Policy in Efforts to Improve the Quality of Education. *Proceedings of the 4th International Conference on Research of Educational Administration and Management (ICREAM 2019)*, 254–257. https://doi.org/10.2991/ASSEHR.K.200130.178

Thahir, M., & Sumarto, S. (2019). PARTISIPASI MASYARAKAT DAN ORANG TUA DALAM PENGEMBANGAN PENYELENGARAAN PENDIDIKAN. *Jurnal Pijar: Pendidikan Dan Pembelajaran*, *3*(2). https://ejournal-leader.com/index.php/pijar/article/view/201