

OPTIMALISASI KOMERSIAL PRODUK OLAHAN RUMAH TANGGA KELOMPOK USAHA WANITA MELATI UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN

Yulvia Nora Marlim¹, Wilda Susanti², Evelyn Wijaya³,

^{1,2}Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia, Jalan. Ahmad Yani No 78 – 88, Pekanbaru, Riau

³Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia, Jalan. Ahmad Yani No 78 – 88, Pekanbaru, Riau

¹e-mail yulvia.nora@lecturer.pelitaindonesia.ac.id

Abstrak

Tujuan pengabdian kemitraan masyarakat ini adalah meningkatkan pengetahuan keterampilan dan mengembangkan usaha, sehingga dapat membantu perekonomian keluarga. Kegiatan ini dilaksanakan pada kelompok usaha wanita Melati. Kelompok ini beranggota 15 orang yang terdiri dari ibu-ibu rumah tangga yang mempunyai usaha rumahan. Keterbatasan keterampilan dan pengetahuan menyebabkan usaha sulit berkembang. Metode pada kegiatan ini adalah *workshop* dan pendampingan. Kegiatan pertama pelatihan literasi keuangan mencakup manajemen keuangan rumah tangga dan keuangan usaha. yang kedua *workshop digital marketing*, dengan memanfaatkan sosial media untuk memperluas jangkauan promosi dan pemasaran, pendampingan dan memfasilitasi pelatihan bagi anggota kelompok dengan mendatangkan narasumber yang berkompeten dibidang usaha kuliner untuk meningkatkan kualitas produk, serta pengembangan produk. Evaluasi yang dilakukan dengan mewawancarai konsumen secara langsung berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Kegiatan ini berhasil dilaksanakan dibuktikan dengan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan literasi keuangan 63%. Keterampilan meningkatkan kualitas produk 67% dan memperluas jangkauan pemasaran 130%.

Kata Kunci: wanita, keterampilan, pengetahuan, peningkatkan perekonomian

Abstract

The purpose of this community partnership service is to improve knowledge and skills and develop businesses, so that it can help the family economy. This activity was carried out in the Melati women's business group. This group has 15 members consisting of housewives who have home businesses. Limited skills and knowledge make it difficult for businesses to develop. The method in this activity is workshops and mentoring. The first activity is financial literacy training covering household financial management and business finances. The second is a digital marketing workshop, by utilizing social media to expand the reach of promotion and marketing, mentoring and facilitating training for group members by bringing in competent speakers in the culinary business field to improve product quality, and product development. The evaluation was carried out by interviewing consumers directly based on the questions asked. This activity was successfully implemented as evidenced by an increase in financial literacy knowledge and skills of 63%. Skills improve product quality by 67% and expand marketing reach by 130%.

Keywords: women, skills, knowlagde, improving the economy

PENDAHULUAN

Peran wanita sangat penting pada zaman modern sekarang, peran wanita terbagi menjadi 2 (dua), pertama wanita berperan sebagai ibu rumah tangga mengurus seluruh keperluan rumah tangga, yang kedua wanita berperan membantu perekonomian mencari nafkah keluarga (Purwantini et al., 2021, Susanti & Patonah, 2020). Kenaikan biaya hidup, gejolak ekonomi, dan pola konsumsi masyarakat berdampak pada perekonomian keluarga. Keluarga saat ini dihadapkan pada tantangan untuk menyesuaikan diri dengan kondisi yang dinamis, mulai dari mengelola pengeluaran sehari-hari hingga merencanakan tujuan keuangan jangka panjang (Mutmainah, 2020, Zainal et al., 2023).

Upaya membantu perekonomian keluarga peranan dari ibu rumah tangga juga diperlukan. Tidak hanya dukungan secara moral saja (Supriyanto & Mufrihah, 2019). Kerjasama dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga untuk era sekarang sangat diperlukan (Tuwu, 2018). Apalagi untuk kalangan menengah kebawah. Ibu-ibu berperan aktif dalam menompang kebutuhan keluarga guna meningkatkan perekonomian dan mencukupi kebutuhan sehari-hari (Afrizal & Lelah, 2021, Dinata & Marlim, 2020).

Perempuan mempunyai peran yang penting untuk memajukan Usaha Kecil Menengah (UKM). Kontribusi perempuan tidak hanya untuk membantu perekonomian keluarga tetapi juga membantu pertumbuhan bisnis nasional (Diana Sari et al., 2022). Pengusaha wanita sangat memengaruhi ekonomi, menciptakan pekerjaan untuk orang lain dan untuk diri mereka sendiri (Aimasari & Ghina, 2015). Penelitian yang dilakukan oleh (Susanti & Patonah, 2020) mengatakan jika lebih banyak perempuan terlibat dalam suatu pekerjaan, hasilnya akan lebih baik. Wanita juga lebih baik dalam berkomunikasi dan mendengarkan daripada pria.

Begitupun dengan kelompok usaha Wanita 'MELATI' merupakan kelompok ibu-ibu yang ingin membantu perekonomian keluarga. Kelompok ini berdiri pada tahun 2022 yang berposko di Jalan Karya Tani IV Kelurahan Tuah Madani. Anggota kelompok ini terdiri dari ibu-ibu rumah tangga yang ingin membantu perekonomian keluarga. Anggota ini berasal dari latar belakang ekonomi menengah kebawah dengan pendidikan sebagian besar tamatan Sekolah Menengah

Pertama (SMP). Penelitian oleh (Lano, 2020) mengatakan bahwa perempuan yang aktif dalam aktivitas ekonomi menjadi pilar penting dalam menjaga stabilitas ekonomi keluarga dan masyarakat, terutama di saat terjadi fluktuasi ekonomi

Beberapa produk yang dijual pada kelompok ini adalah sambal cumi, sambal teri kacang tanah, aneka olahan ubi, roti ketawa, dan kolang kaling manis. Dari beberapa produk tersebut banyak laku terjual adalah aneka olahan dari ubi dan sambal cumi, yang merupakan produk hasil hilirisasi dari potensi wilayah ini. Diwilayah ini terdapat kurang lebih 2-3 hektar ladang ubi dan 1,5 -2 hektar ladang cabe berasal dari milik sendiri dan petani sekitar dengan kualitas bagus. Dikarenakan panen yang tidak serentak anggota kelompok juga mengambil bahan baku dari daerah sekitar, yang juga merupakan penghasil ubi dan cabe.

Permasalahan yang dihadapi mitra adalah produk belum memiliki label/merek seperti terlihat pada Gambar 1, serta belum memiliki standarisasi dalam pengemasan sehingga memiliki harga jual. Selain itu pemasaran dilakukan secara tradisional dengan menitipkan di warung sekitar, sehingga jangkauan hanya ke warga sekitar saja. Selain itu keterbatasan terhadap sarana dan prasarana produksi juga merupakan hal penghambat. Saat untuk produksi alat yang digunakan masih sederhana bahkan masih ada yang menggunakan alat manual untuk proses penggilingan cabe. Masalah lain yaitu produk tidak tahan lama sehingga jika produk tidak laku dijual dalam jangka pendek maka penjual mengalami kerugian.



Gambar 1 Kondisi Produk Tidak Memiliki Label/Merek

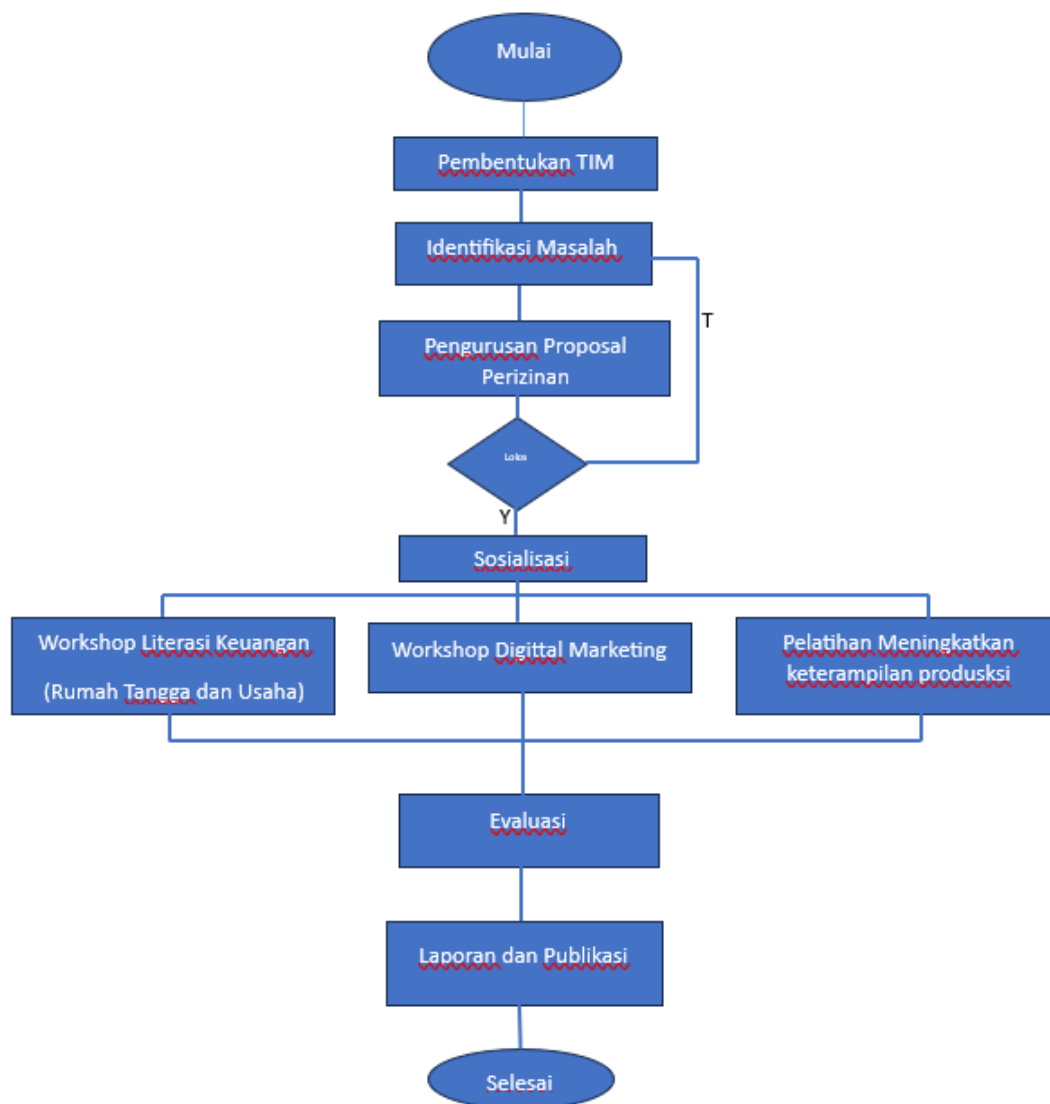
Berdasarkan paparan masalah sebelumnya untuk itu perlu dilakukan beberapa langkah untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Kelompok usaha

Wanita ‘MELATI’ perlu memiliki merek/label produk dan kemasan yang menarik agar memiliki harga jual lebih tinggi. Untuk itu perlu dilakukan sosialisasi, *workshop* dan pendampingan untuk kemajuan kelompok usaha wanita ‘MELATI’. Penerapan IPTEK sangat penting dilakukan guna pengembangan produk, dan jangkauan pemasaran.

Adapun tujuan dari kegiatan ini adalah 1) Meningkatkan hasil produksi dan pengembangan olahan produk yang berkualitas dan memiliki daya bersaing. 2) Meningkatkan penjualan dengan menyebar atau memperluas target pasar. 3) Meningkatkan pendapatan sehingga dapat menunjang ekonomi keluarga. Manfaat kegiatan ini adalah meningkatkan kemandirian ekonomi dalam upaya meningkatkan kesejahteraan keluarga sehingga dapat meningkatkan pendapatan, dan mengelola usaha dengan baik.

METODE

Kegiatan pengabdian kemitraan masyarakat ini dilaksanakan pada Kelompok Usaha Wanita Melati yang beralamat jalan Karya Tani IV, Pekanbaru, Riau. Jumlah anggota kelompok 15 orang yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga dengan latar pendidikan dari SD-SMA. Tahap awal sebelum dilaksanakan kegiatan pengabdian kemitraan masyarakat (PKM) adalah membentuk tim pelaksana kegiatan dan melakukan kerjasama dengan kelompok. Selanjutnya tahap-tahap pelaksanaan pengabdian ini dapat dilihat pada Gambar 2 dibawah ini.



Gambar 2. Tahapan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan ini metode yang dilakukan adalah melalui obeservasi lapangan dengan mewawancarai mitra terkait dengan kondisi yang dihadapi mitra, kegiatan bertujuan untuk mengetahui secara langsung kondisi yang dihadapi mitra. Tahap selanjutnya dilakukan kerjasama antara tim pengabdian dan mitra dengan mengurus surat kerjasama dan perizinan serta pernyataan ketersediaan kelompok usaha Wanita 'MELATI' untuk dijadikan mitra sasaran pada kegiatan pengabdian kemitraan masyarakat. Kegiatan ini dilaksanakan di rumah ketua kelompok yaitu ibu Lima Melati yang beralamat di jalan karya tani IV Muhajirin.

Pada tahap selanjutnya pelaksanaan yang dilakukan adalah disesuaikan yang dihadapi mitra yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Metode dan Kegiatan Pelaksanaan

Paparan	Metode	Kegiatan
Produk	Pendampingan dan pelatihan dalam mengolah produk baru dengan ahli	Menyelenggarakan pelatihan pengolahan produk untuk membuat produk baru dengan ahli tata boga
Produksi	Bantuan alat alat yang diperlukan dalam proses produksi	Menyerahkan bantuan berupa alat-alat yang diperlukan dalam proses produksi
Kemasan	Pelatihan dalam membuat desain merek/label produk menggunakan or	Melaksanakan pelatihan desain produk/label yang menarik
Pemasaran	Workshop Digital Marketing	a. Pendampingan pendaftaran akun promosi di tik tok dan Instagram b. Pendampingan MOU dengan gerai oleh oleh ternama di pekanbaru c. Pelatihan Manajemen Pemasaran
Keuangan	Pelatihan literasi Keuangan Manajemen keuangan rumah tangga dan usaha	a. Pelaksanakan pelatihan pengelolaan manajemen keuangan
Proses	Pendampingan	a. Membuat SOP Produksi

Kegiatan selanjutnya pada tahap evaluasi pada program pelatihan dilakukan dengan menyebarkan angket kepuasan kepada peserta pelatihan, evaluasi terhadap kualitas produk dilakukan dengan mewawancari secara langsung konsumen. Tahap akhir pada kegiatan ini membuat laporan pengabdian dan publikasi artikel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum terjun kelapangan melakukan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan, Tim PKM obesevasi kelapangan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi mitra. kemudian mengelompokan masalah untuk di cari solusi dari perasalahan. Sehingga didapat permasalahan produk belum mempunyai label, merek seperti terlihat pada gambar 1, dan sarana dan sarana produksi juga masih

kurang. Untuk itu diperlukanlah beberapa kegiatan pada kelompok usaha wanita “MELATI” dengan kegiatan sebagai berikut:

Workshop Literasi Keuangan untuk Rumah Tangga dan Usaha

Kegiatan pertama yang dilakukan adalah sosialisasi dan pelatihan literasi keuangan (manajemen keuangan rumah tangga dan usaha). Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 2 September 2024 bertempat Ketua kelompok usaha wanita “MELATI”. Beralamat di jalan Karaya tani IV No 7. Kegiatan dilaksanakan pada jam 09.00 pagi sampai jam 12.00 WIB. Narasumber pada kegiatan ini adalah ibu Dr. Evelyn Wijaya, S.E, M.M. Kegiatan ini dihadiri oleh 15 orang seperti terlihat pada Gambar 3.

Narasumber menyampaikan cara mengatur keuangan rumah tangga dan usaha sangatlah berbeda. Dalam berumah tangga kita harus bijak dalam menggunakan uang. Ibu rumah tangga harus mampu mengelola keuangan, mengelola hobi menjadi pemasukan dan bijak dalam berhutang, serta berhati hati dalam berinvestasi. Narasumber juga menyampikan keuangan rumah tangga dangan keuangan usaha tidak bisa dicapur adukan. Setiap pengeluaran sekecil apapun dalam usaha harus dicatat. Keuntungan yang diperoleh juga harus memperhatikan biaya-biaya yang selama ini kita duga seperti listrik dan air. Uang modal dan uang keuntungan tidak boleh campur adukan. Selanjutnya juga disampaikan jika mempunyai dana yang berlebih, bisa disimpan dalam bentuk investasi obligasi. Obligasi adalah surat utang yang diterbitkan untuk jangka waktu tertentu. Surat ini bisa diperjualbelikan dan memiliki nilai nominal, harga jual beli, bunga, dan tanggal pelunasan (Anam et al., 2020).





**Gambar 3 Kegiatan Sosialisasi dan Pelatihan Literasi Keuangan
*Workshop Digital Marketing***

Kegiatan yang kedua yaitu *workshop digital marketing* untuk memperluas jangkauan pemasaran. Evolusi teknologi informasi membuka peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar melalui strategi pemasaran digital (Susanto et al., 2020). Kegiatan pelatihan digital marketing dilaksanakan pada tanggal 3 September 2023 dimulai jam 10.00 sampai 15.00 WIB bertempat di kelompok usaha Wanita “MELATI” dapat dilihat pada Gambar 4. Kegiatan ini dihadiri oleh 15 orang anggota. Sebagai narasumber adalah ibu Dr. Deni Jollyta, M.Kom, beliau menyampaikan *digital marketing* merupakan wadah untuk mempromosikan produk secara *online*. Pemasaran *digital* merupakan pendekatan yang lebih prospektif, mengingat kemudahan akses calon pelanggan terhadap informasi produk dan kemudahan transaksi melalui platform digital (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

E-Commerce dapat menjangkau pemasaran lebih luas dengan bantuan internet sehingga dapat menghemat waktu dan biaya. (Nihayah et al., 2022). *Digital marketing* juga dapat memanfaatkan media sosial seperti Tiktok, dan Instagram sehingga jangkauan lebih luas (Nora, 2023). Disamping itu narasumber juga menyampaikan kemasan dan label/ merek produk yang menarik merupakan salah satu bentuk strategi pemasaran sehingga meningkat minat beli masyarakat.



Gambar 4 *Workshop* Digital Marketing

Pelatihan dan Pendampingan Meningkatkan Kualitas Produk dan Pengembangan Produk

Kegiatan ketiga yaitu pendampingan dan pelatihan meningkatkan kualitas produk dan pengembangan produk. Kualitas produk yang unggul tidak hanya memuaskan pelanggan tetapi juga menjadi senjata ampuh untuk memenangkan persaingan di pasar yang semakin kompetitif (Dahmiri et al., 2021). Kegiatan ini di laksanakan di salah satu rumah anggota kelompok terlihat pada gambar 5. Pada hari sabtu tanggal 14 September 2024. Narasumber pada kegiatan ini adalah ibu Sri Anda Yani beliau mempunyai usaha kuliner yang sukses, dan mempunyai keterampilan dalam mengolah kue dan makanan. Beliau menyampaikan produk yang berkualitas berasal dari pemilihan bahan-bahan yang berkualitas juga, ditambah dengan metode dalam mengolah makanan tersebut. Daerah asal dari bahan juga berpengaruh terhadap kualitas dari bahan.



Gambar 5 Pendampingan dan Pelatihan Peningkatan Kualitas Produk

Disamping beberapa kegiatan yang dilaksanakan pada mitra, Tim pengabdian juga memberikan bantuan alat dan bahan produksi kepada berupa, kompor gas Api Seribu, timbangan digital, Plastik kemasan dan botol kemasan, Mixer, blender, Stiker merek/label dagang, serta bahan-bahan produksi. Setelah beberapa sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan. Beberapa produk yang sudah terdapat lebih baik dan memiliki merek/label dagang, seperti yang dapat dilihat pada Gambar 6 dibawah ini.



Gambar 6 Produk Berlabel / Merek

Pada tahap evaluasi pada kegiatan pelatihan literasi keuangan manajemen keuangan rumah tangga dan usaha dilakukan dengan memberikan angket ke konsumen. Angket kepuasan terhadap kegiatan ini terdiri dari 10 pertanyaan yang diisi oleh peserta pelatihan. Dengan hasil dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Tingkat Pemahaman Kegiatan Pelatihan Literasi Keuangan

No	Pemahaman	Sebelum	Sesudah	Peningkatan
1	Mengelola keuangan rumah tangga	40%	88%	60%
2	Mengelola keuangan usaha	20%	86 %	66%

Berdasarkan tingkat ketahanan produk, pengemasan, kepuasan, dan rekomendasi. Penilaian dilakukan oleh konsumen dengan mewawancarai konsumen berdasarkan pertanyaan-pertanyaan. Hasilnya dapat dilihat pada Tabel 3 dapat dilihat peningkatan dari segi kemasan, kualitas ketahanan dan desain label/merek.

Tabel 3 Peningkatan Kualitas Produk

No	Penilaian	Sebelum	Sesudah	Peningkatan
1	Kemasan	20%	97%	77%
2	Kualitas Ketahanan	25%	92%	67%
5	Label	0%	100%	100%

Dari hasil pertanyaan yang diisi oleh 15 orang konsumen didapatkan hasil dengan nilai 86,67 % dimana nilai ini menunjukkan bahwa produk-produk kelompok usaha wanita melati dudah mengalami peningkatan yang sangat baik. Hasil ini memenuhi indikator capaian yang dari segi kemasan yang menarik, ketahanan, dan kepuasan serta produk layak untuk direkomendasikan ke orang lain.

SIMPULAN

Hasil evaluasi dapat disimpulkan bahwa dari beberapa kegiatan yang telah dilaksanakan pada kegiatan PKM optimalisasi komersial produk olahan rumah tangga Kelompok usaha wanita melati untuk meningkatkan perekonomian. Anggota kelompok dapat meningkatkan keterampilan mereka tentang pengelolaan keuangan rumah tangga dan usaha , pemahaman tentang pemasaran melalui *digital marketing* melalui *platform* sosial media tiktok, instagram dan facebook. Kelompok usaha wanita melati berhasil meningkatkan kualitas produk dari segi kemasan, desain label/produk yang menarik, serta produk jauh bertahan lebih

lama. Jangkauan pemasaran produk lebih luas. Berdasarkan hasil evaluasi tingkat pemahaman tentang literasi keuangan anggota kelompok meningkat 63 %, pemahaman Digital marketing meningkatkan 67 %, terakhir jangkauan pemasaran meningkat 130 %. Dapat diartikan serangkaian kegiatan PKM pada Kelompok Usaha Wanita Melati telah berhasil dilaksanakan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Indonesia kami ucapkan terima kasih atas pendanaan yang diberikan untuk kegiatan pengabdian kemitraan Masyarakat dengan nomor kontrak 132/ES/PG.02.00/PM.BARU/2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, S., & Lelah, P. (2021). Peran Ganda Perempuan Dalam Peningkatan Perekonomian Keluarga. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*, 3(1), 53–62.
- Aimasari, N., & Ghina, A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Memotivasi Wanita Untuk Menjadi Wirausaha (Studi Pengusaha Wanita UMKM Di Kota Bandung). *E-Proceeding of Management*, 2(3), 2795–2799.
- Anam, K., Maruddani, D. A. I., & Kartikasari, P. (2020). Pengukuran Value At-Risk Pada Portofolio Obligasi Dengan Metode Varian-Kovarian. *Jurnal Gaussian*, 9(4), 434–443.
- Dahmiri, D., Bhayangkari, S. K. W., & Khalik, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner di Masa Pandemi Covid-19. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(2), 434.
- Diana Sari, W., Nurani, R., Islam Riau, U., & Suska Riau, U. (2022). Menempatkan Peran Wirausaha Wanita Dalam Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia-Sektor Makanan & Minuman. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 388–406.
- Dinata, C. P., & Marlim, Y. N. (2020). Application of Dynamic Systems Development Method in WEB-Based Promotion Media. *Journal of Applied Business and Technology*, 1(3), 196–204.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76.
- Lano, K. (2020). Peran Perempuan Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga

(Studi Kasus : Perempuan Pekerja Sawah Di Desa Lemoh Barat Kecamatan Tobariri Timur Kabupaten Minahasa). *Agile Model-Based Development Using UML-RSDS*, 20(03), 43–68.

- Mutmainah, N. (2020). Peran Perempuan dalam Pengembangan Ekonomi Melalui Kegiatan UMKM di Kabupaten Bantul. *WEDANA: Jurnal Kajian Pemerintahan, Politik Dan Birokrasi*, 6(1), 1–7.
- Nihayah, A. Z., Musolichah, T., & Rifqi, L. H. (2022). Pelatihan E-Commerce dan Social Commerce untuk Meningkatkan Kompetensi Tecnopreneurship pada Siswa SMK. *Gervasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 647–663.
- Nora, Y. (2023). Perancangan Website Profile Company Terintegrasi Vessel Finder Untuk Pelacakan Kapal. *Jurnal Mahasiswa Aplikasi Teknologi Komputer Dan Informasi*, 5(3), 174–179.
- Purwantini, A. H., Akhyaar, K., Saputri, N., Endro, M., Husni, R., & Setyaningsih, D. (2021). *Kabupaten Magelang organisasi PKK . Anggota PKK di Desa Ngepanrejo berjumlah ± 35 orang yang*. 5(3), 336–347.
- Supriyanto, E., & Mufrihah, M. (2019). Pengaruh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Perempuan terhadap Kesejahteraan Masyarakat. *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(1), 44–56.
- Susanti, Y., & Patonah, R. (2020). Peran Perempuan Terhadap Penguatan Ekonomi Keluarga Di Kabupaten Ciamis. *Jurnal Edukasi (Ekonomi, Pendidikan Dan Akuntansi)*, 8(2), 107.
- Susanto, B., Hadiano, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaokani, M. M., & Daniswara, A. A. (2020). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42–47.
- Tuwu, D. (2018). Peran Pekerja Perempuan Dalam Memenuhi Ekonomi Keluarga: Dari Peran Domestik Menuju Sektor Publik. *Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian*, 13(1), 63.
- Zainal, A., Hanum, I. M., Thohiri, R., Nurhayani, U., Herliani, R., Silalahi, S. A., Sriwedari, T., & Purba, E. L. D. (2023). Aktualisasi Literasi dan Pengelolaan Keuangan Kepada Kelompok Ibu-Ibu Produktif Di Desa Perkebunan Aek Jamu. *Gervasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 731–745.