

Pelatihan Pendampingan Strategi Pemasaran UMKM Kota Dumai

Juni Saputra¹, Surya Indrawan², Hanifatul Rahmi³, Sirlyana⁴, Sony Adiya Putra⁵

^{1,2,3,4,5} Sekolah Tinggi Teknologi Dumai, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Juni Saputra

E-mail: junisaputr4@gmail.com

Abstrak

Pelatihan Pendampingan Strategi Pemasaran UMKM Kota Dumai dengan studi bertujuan untuk membantu pemilik usaha dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan keberhasilan usaha mereka. Studi kasus ini akan fokus pada Pabrik Tahu Kembar, sebuah UMKM yang bergerak di sektor makanan di Kota Dumai. Pelatihan ini akan memberikan pemahaman mendalam tentang konsep dasar pemasaran yang relevan untuk UMKM, dengan penekanan khusus pada industri makanan. Peserta akan diajarkan tentang pengenalan merek, analisis pasar, segmentasi pasar, dan strategi promosi yang tepat untuk produk tahu yang dihasilkan oleh Pabrik Tahu Kembar. Selain itu, peserta juga akan mempelajari pengelolaan distribusi dan pengaturan harga yang sesuai untuk memaksimalkan keuntungan. Melalui pendekatan praktis dan interaktif, peserta pelatihan akan dilibatkan dalam diskusi kelompok dan simulasi bisnis yang berfokus pada permasalahan yang dihadapi oleh Pabrik Tahu Kembar. Mereka akan diajak untuk mengidentifikasi peluang pemasaran, mengembangkan strategi branding, memanfaatkan media sosial dan platform digital, serta membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Dengan melalui pelatihan ini, diharapkan pemilik usaha dan tim Pabrik Tahu Kembar dapat mengimplementasikan strategi pemasaran yang lebih efektif dan inovatif. Mereka akan mampu memahami dan mengenali target pasar yang potensial, serta mampu menghadapi persaingan dengan lebih baik. Pelatihan ini juga diharapkan dapat memberikan inspirasi kepada UMKM lain di Kota Dumai untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih baik

Kata kunci - UMKM, Tahu, Strategi

Abstract

Training for Marketing Strategy Assistance for SMEs in Dumai City is aimed at assisting business owners in developing effective marketing strategies to expand their market share and enhance their business success. This case study will focus on Twin Tofu Factory, an SME operating in the food sector in Dumai City. This training will provide participants with a deep understanding of fundamental marketing concepts relevant to SMEs, with a special emphasis on the food industry. Participants will be taught about brand awareness, market analysis, market segmentation, and appropriate promotion strategies for the tofu products produced by Twin Tofu Factory. Additionally, participants will also learn about distribution management and setting appropriate prices to maximize profits. Through a practical and interactive approach, training participants will engage in group discussions and business simulations focusing on the challenges faced by Twin Tofu Factory. They will be encouraged to identify marketing opportunities, develop branding strategies, utilize social media and digital platforms, and build strong customer relationships. Through this training, it is expected that business owners and the Twin Tofu Factory team can implement more effective and innovative marketing strategies. They will be able to understand and identify potential target markets and compete more effectively. This training is also expected to inspire other SMEs in Dumai City to develop better marketing strategies.

Keywords - SMEs, Tofu, Strategy

PENDAHULUAN

Industri rumahan produksi tahu di Kota Dumai, khususnya di Kecamatan Dumai Timur Kelurahan Bukit Batrem, mengalami perkembangan yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Contohnya, ada sebuah industri rumahan di Kelurahan Bukit Batrem, Kecamatan Dumai Timur, Kota Dumai, yang menghasilkan tahu. Meskipun selama pandemi COVID-19 beberapa pabrik tahu memutuskan untuk berhenti produksi, hal ini disebabkan oleh biaya bahan baku yang tinggi dan berbagai alasan lainnya. Tahu adalah makanan tradisional Indonesia yang terbuat dari kacang kedelai, yang kaya akan protein dan dianggap sebagai makanan sehat (Syukron, 2020). Ini adalah salah satu jenis makanan komoditas yang tersedia dan terjangkau oleh semua lapisan masyarakat, sehingga menjadi alternatif yang baik bagi mereka dengan anggaran terbatas. Tahu juga memiliki nilai gizi yang tinggi, mengandung beragam asam amino yang penting bagi kesehatan manusia (Wayan dkk, 2020).

Saat ini, tahu memiliki banyak penggemar di masyarakat dan diproduksi dengan cara pengendapan atau penggumpalan menggunakan bahan penggumpal. Salah satu usaha tahu yang ada di Bukit Batrem adalah Pabrik Tahu Kembar, yang didirikan oleh Bapak Amat Said pada tahun 2004. Usaha ini berlokasi di Bukit Batrem, RT 006, Kelurahan Bukit Batrem Kecamatan Dumai Timur, Kota Dumai. Proses produksi tahu di UMKM Tahu Kembar dilakukan setiap hari, dengan jam kerja dari pukul 08.00 WIB hingga 17.00 WIB. Terdapat tujuh pekerja di UMKM ini, di mana satu orang bertugas memotong tahu, satu orang menggiling kedelai, satu orang lagi mencetak tahu dan 4 orang membungkus tahu. Kelurahan Bukit Batrem, memiliki peluang usaha yang potensial untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat lokal, terutama melalui usaha pembuatan tahu.

Hasil pengamatan terhadap penduduk, khususnya di lingkungan Bukit Batrem, Kecamatan Dumai Timur, Kota Dumai, menunjukkan bahwa sebagian besar dari mereka belum familiar dengan proses pembuatan tahu. Dalam wawancara dengan pemilik pabrik tahu, ditemukan bahwa masih ada beberapa warga yang tidak mengetahui bagaimana cara membuat tahu. Oleh karena itu, dalam rangka pengabdian kepada masyarakat, kami memberikan pelatihan tentang cara pembuatan tahu, mulai dari pengolahan bahan mentah hingga menghasilkan tahu yang memiliki nilai jual di masyarakat. Usaha ini, terutama Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM), diharapkan menjadi sumber harapan baik bagi para pelaku usaha dan juga pemerintah. UMKM adalah salah satu kontributor utama pendapatan negara. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kesuksesan UMKM antara lain pendidikan tinggi, tingkat kreativitas yang tinggi, dan penguasaan teknologi. Semua faktor ini dapat meningkatkan kinerja UMKM (Wijaya et al., 2022).

Strategi adalah suatu pendekatan komprehensif yang mencakup perencanaan, konsep, dan implementasi suatu kegiatan dalam periode waktu tertentu. Secara umum, strategi adalah proses perencanaan yang difokuskan pada tujuan jangka panjang organisasi, beserta metode atau langkah-langkah untuk mencapainya (Laili dkk, 2020). Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan dan menukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Pemasaran memiliki peran yang krusial karena bisa mempertahankan dan meningkatkan pendapatan perusahaan melalui hubungan antara organisasi dan konsumen (Indra dan Lusyana, 2019). Selain itu, pemilik Pabrik Tahu Kembar juga menghadapi kendala terkait harga kedelai yang mahal sebagai bahan baku. Dalam hal pemasaran, penjualan terbatas pada wilayah Bukit Batrem, dan permintaan hanya terbatas pada lingkungan tersebut. Pabrik Tahu Kembar saat ini memproduksi sekitar 300 bungkus tahu per hari. Harga beli kedelai terus meningkat, sementara harga jual tahu tetap stabil. Tujuan dari pengabdian ini adalah tidak hanya memberikan pelatihan tentang produksi tahu, tetapi juga memberikan panduan mengenai strategi pemasaran tahu. Hal ini diharapkan dapat memberikan solusi atas masalah yang dihadapi pemilik Pabrik Tahu Kembar serta masyarakat di Bukit Batrem secara umum.

METODE

Metode adalah suatu prosedur atau tata cara untuk memperoleh pemahaman tentang suatu hal dengan mengikuti langkah-langkah yang sistematis. Di sisi lain, metode ilmiah adalah rangkaian prosedur atau langkah-langkah yang digunakan dalam upaya memperoleh pengetahuan yang dikenal sebagai ilmu (Wawan, dkk. 2021). Dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, digunakan metode kualitatif, observasi lapangan, wawancara, dan studi dokumentasi. Proses kegiatan PKM ini melibatkan tahapan atau langkah-langkah tertentu, yaitu pendekatan melalui pelatihan dan partisipasi masyarakat. Pendekatan pelatihan ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan permasalahan yang ada di masyarakat, terutama di antara pemilik pabrik tahu Kembar di Bukit Batrem, Kelurahan Bukit Batrem. Langkah-langkah dalam pelaksanaan pengabdian ini meliputi: pertama, menyelenggarakan pelatihan tentang produksi tahu untuk ibu-ibu rumah tangga yang tinggal di sekitar Bukit Batrem 1, Kedua, memberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran tahu kepada pemilik usaha tahu Kembar.

Bahan-bahan yang diperlukan dan disiapkan dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini antara lain:

- a. Kedelai
- b. Air
- c. Asam Cuka

Alat-alat yang diperlukan dan dipersipkan dalm kegiatan Pengabdian Masyarakat ini antara lain:

- | | | |
|------------------|-----------------|---------------|
| a. Baskom | g. Spatula | m. Gelas Ukur |
| b. Timbangan | h. Alat Pres | n. Karet |
| c. Kain saring | i. Kember Besar | o. Baqi |
| d. Pengaduk Kayu | j. Gas | P. Tambah |
| e. Cetakan | k. Kompor | q. Panci |
| f. Sendok | l. Plastik | r. Kain Lap |

Proses Pembuatan Tahu sebagai berikut:

- a. Perendaman Kedelai
- b. Penggilingan Kedelai
- c. Mempersiapkan Bahan bakar kayu
- d. Proses perebusan bubur kedelai
- e. Penyaringan sari kedelai
- f. Pengasaman sari kedelai
- g. Pencetakan tahu



Gambar 1.
Perendaman Kedelai Gambar



Gambar 2.
Penggilingan Kedelai



Gambar 3.
Mempersiapkan Bahan Bakar Kayu



Gambar 4.
Proses Perebusan Bubur Kedelai



Gambar 5.
Penyaringan sari kedelai



Gambar 6.
Pengasaman sari kedelai



Gambar 7.
Pencetakan Tahu

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahu diproduksi dengan memanfaatkan karakteristik protein, yang akan membentuk gumpalan saat terpapar oleh asam, seperti cuka. Proses pembekuan protein oleh asam cuka berlangsung dengan cepat dan merata di dalam larutan sari kedelai, sehingga sebagian besar air yang sebelumnya bercampur dengan sari kedelai akan terperangkap dalam gumpalan protein tersebut. Air yang terperangkap ini dapat dihilangkan dengan menerapkan tekanan. Semakin besar tekanan yang diterapkan, semakin banyak air yang dapat dikeluarkan dari gumpalan protein tersebut. Gumpalan protein inilah yang dikenal sebagai tahu. (Elsa Saleh dkk, 2020)

Proses produksi tahu di Pabrik Tahu Kembar melibatkan beberapa langkah, termasuk perendaman, penggilingan, pemasakan, penyaringan dan pencetakan. Selama proses pembuatan tahu, terjadi pembentukan limbah padat berupa ampas tahu dan limbah cair. Ampas tahu dapat dimanfaatkan sebagai pakan ternak dan ikan, serta sebagai bahan untuk membuat oncom. Sementara

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

limbah cair dapat diubah menjadi biogas dan minuman untuk ternak. (Adaptasi dari Elsa Saleh dkk, 2020)

Strategi pemasaran memberikan panduan dalam hal segmentasi pasar, identifikasi target pasar, posisi produk, dan komponen pemasaran. Komponen pemasaran, atau marketing mix, terdiri dari empat elemen utama, yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi. (Moh Rusdi, 2019) yaitu, (1) Strategi produk mencakup segala hal yang dapat diperkenalkan kepada pasar untuk menarik perhatian, memotivasi pembelian, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk dapat berwujud sebagai objek fisik, layanan, orang, lokasi, organisasi, atau gagasan. (2) Strategi harga adalah penentuan jumlah uang yang dikenakan pada sebuah produk atau layanan, atau sejumlah nilai yang diberikan oleh konsumen sebagai imbalan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau layanan tersebut. (3) Strategi distribusi berkaitan dengan saluran distribusi yang digunakan oleh produsen untuk mengarahkan produk dari produsen ke konsumen atau pengguna industri. Saluran distribusi ini melibatkan berbagai entitas, termasuk produsen, perantara seperti pedagang atau agen, serta konsumen akhir atau pengguna industri. (4) Strategi Promosi, dalam konteks komunikasi pemasaran, perusahaan berusaha untuk menginformasikan, mempengaruhi, dan mengingatkan konsumen, baik melalui komunikasi langsung maupun tidak langsung, tentang produk dan layanan yang mereka tawarkan. Tujuannya adalah untuk mempengaruhi persepsi dan tindakan konsumen terhadap produk dan layanan tersebut.

Pra Pelaksana

Sebelum melaksanakan kegiatan pengabdian di Bukit Batrem 1, kami memilih kegiatan ini berdasarkan situasi masyarakat, khususnya banyaknya ibu rumah tangga di lingkungan Bukit Batrem 1 yang memiliki waktu luang yang dapat dimanfaatkan untuk membuat tahu, sehingga hal ini dapat memberikan manfaat ekonomi. Sebelum melaksanakan kegiatan, pada tanggal 2 Agustus 2023, tim pengabdian melakukan kunjungan ke pemilik Pabrik Tahu Kembar, yaitu Bapak Said Ahmad. Kunjungan ini bertujuan untuk menginformasikan rencana kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang akan kami lakukan nanti, serta untuk meminta izin pelaksanaan kegiatan pengabdian selama satu hari pada tanggal 19 Agustus 2023, yang jatuh pada hari Sabtu. Selain itu, dalam pertemuan tersebut, tim juga berdiskusi tentang partisipasi ibu-ibu rumah tangga di Bukit Batrem 1 dalam pelatihan proses produksi tahu.

Pelaksana

Pada tanggal 15 Agustus 2023, tim mengundang 15 ibu-ibu rumah tangga dari Bukit Batrem 1 untuk mengadakan sosialisasi tentang Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dan pelatihan proses produksi tahu. Kegiatan pelatihan, baik mengenai proses produksi tahu maupun strategi pemasaran, berlangsung pada hari Minggu, 19 Agustus 2023. Pembicara utama dalam pelatihan tentang pembuatan tahu adalah Bapak Said, pemilik Pabrik Tahu Kembar, dan Bapak Surya, seorang Dosen dari Sekolah Tinggi Teknologi Dumai, serta dibantu oleh tim PKM. Sesi pelatihan tentang proses produksi tahu mencakup pengenalan bahan-bahan yang digunakan, peralatan yang diperlukan, dan tahapan-tahapan pembuatan tahu. Dalam pelatihan ini, Bapak Said menjelaskan bahwa produksi tahu dilakukan setiap hari oleh tujuh karyawan dengan tugas yang berbeda-beda. Proses produksi tahu berlangsung mulai dari pukul 05.00 dini hari hingga pukul 15.00 sore hari. Setelah selesai, tahu siap dijual kepada pihak pendistribusi, yang akan mendistribusikannya ke pasar dan masyarakat di Kota Dumai.

Proses produksi tahu dimulai dengan merendam kacang kedelai selama 3 jam untuk memudahkan penggilingan. Kemudian, kacang kedelai digiling menggunakan mesin penggiling kacang dan direbus selama 1 jam. Setelah itu, tahu disaring dan dicetak dalam cetakan, lalu diamkan selama sekitar 1 jam. Hasil produksi rata-rata menghasilkan sekitar 300 bungkus tahu yang siap dijual. Penting untuk dicatat bahwa tahu ini tidak mengandung bahan pengawet makanan, sehingga ketahanannya hanya sekitar 2 hingga 3 hari. Hasil dari pelatihan tentang cara pembuatan tahu oleh pemilik Pabrik Tahu Kembar ini membuat para peserta sangat antusias dan bersemangat untuk belajar dan mencoba praktek pembuatan tahu. Ibu-ibu rumah tangga yang hadir pada kegiatan tersebut juga

menyatakan bahwa pelatihan ini sangat bermanfaat, terutama dalam memperluas wawasan dan memberikan peluang usaha baru, terutama bagi mereka yang tinggal di Bukit Batrem 1. Mereka juga berharap akan ada pelatihan jenis usaha lain di masa depan, seperti kerajinan tangan, yang dapat meningkatkan peluang pendapatan dan taraf hidup masyarakat setempat.



Gambar 8.
Proses Penyaringan



Gambar 9.
Proses pembukusan

Setelah pelatihan tentang proses pembuatan tahu oleh pemilik Pabrik Tahu Kembar selesai, dilanjutkan dengan pelatihan tentang strategi pemasaran. Tujuannya adalah memberikan pemilik Pabrik Tahu Kembar wawasan yang lebih luas, terutama dalam mengaplikasikan teknologi canggih saat ini untuk meningkatkan penjualan tahu dan tentu saja, laba yang dihasilkan dari setiap produksi tahu. Dalam sesi pelatihan pemasaran, Bapak Surya, seorang dosen dari Sekolah Tinggi Teknologi Dumai, menyampaikan lima strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh pemilik Pabrik Tahu Kembar di Bukit Batrem 1. Strategi-strategi tersebut adalah sebagai berikut: (1) Mempertahankan Kualitas Produk Salah satu aset yang dimiliki oleh pabrik adalah kualitas produk tahu dengan cita rasa alami, tanpa pengawet, dan tinggi gizi, hal ini dapat menjadi daya tarik karena dapat dijadikan sebagai pengganti protein hewani yang sehat. (2) Kerjasama yang baik dengan produsen kacang kedelai sangat penting untuk memastikan pasokan bahan baku yang memadai untuk produksi pabrik. (3) Promosi produk dapat ditingkatkan dengan memanfaatkan media sosial, yang telah terbukti efektif dalam mempromosikan produk kepada banyak orang. (3) Salah satu strategi yang bisa diambil adalah memberikan izin kepada orang lain untuk mengelola usaha atau membuka cabang-cabang pabrik di daerah lain. (4) Melakukan perbaharuan pada mesin produksi untuk meningkatkan efisiensi dalam proses produksi.

Kelima strategi pemasaran ini disajikan sebagai solusi alternatif yang dapat membantu Pabrik Tahu Kembar bersaing dengan unit usaha serupa. Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh pabrik adalah kenaikan harga kacang kedelai sementara harga jual tetap stabil. Kenaikan harga kedelai ini disebabkan oleh berakhirnya musim panen dan praktek manipulasi harga oleh sekelompok orang, yang mengakibatkan kesulitan bagi para pengrajin tahu dalam menjaga keberlanjutan usaha mereka. Oleh karena itu, campur tangan pemerintah dianggap sangat penting untuk menstabilkan harga kedelai. Kenaikan harga kedelai juga berdampak pada peningkatan biaya produksi, yang pada gilirannya mengurangi pendapatan para produsen tahu. Peningkatan biaya produksi ini terutama disebabkan oleh harga kedelai yang merupakan bahan baku utama dalam produksi tahu. Oleh karena itu, tim pengabdian juga memberikan saran kepada pemilik Pabrik Tahu Kembar untuk mengatasi masalah ini dengan mengurangi ukuran tahu dan menggantikan kacang kedelai dengan kacang non-kedelai, seperti biji legum, kacang edamame, kacang tolo, kacang hijau, kacang kedelai hitam, kacang koro, dan biji lamtoro.

KESIMPULAN

Setelah melakukan analisis dan pembahasan yang mendalam, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat memiliki berbagai aspek penting, yaitu *Pertama*, kegiatan ini memiliki manfaat yang signifikan dalam meningkatkan pengetahuan dan pengalaman di kalangan masyarakat. *Kedua*, pengabdian kepada masyarakat di Pabrik Tahu Kembar di Bukit Batrem 1 mengandung elemen pelatihan produksi tahu khususnya untuk ibu-ibu rumah tangga. Pelatihan ini memberikan peluang usaha tambahan dan sumber pendapatan bagi rumah tangga yang memiliki waktu luang. *Ketiga*, selain pelatihan produksi, kegiatan ini juga memberikan pelatihan strategi pemasaran kepada pemilik Pabrik Tahu Kembar. Ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan tahu dan, pada akhirnya, mempengaruhi profitabilitas setiap produksi tahu. *Keempat*, dalam upaya mengatasi masalah pemasaran tahu, ada lima strategi yang diajukan kepada pemilik Pabrik Tahu Kembar, yaitu: (1) Menjaga kualitas produk dengan citarasa alami dan gizi tinggi, tanpa pengawet; (2) Mempertahankan kerjasama yang baik dengan produsen kacang kedelai untuk memenuhi kebutuhan produksi; (3) Intensifikasi promosi melalui media sosial; (4) Memberikan kesempatan kepada pihak lain untuk mengelola cabang usaha di berbagai wilayah; (5) Melakukan pembaruan pada peralatan produksi guna meningkatkan efisiensi.

Terkait dengan masalah kenaikan harga kedelai sebagai bahan utama pembuatan tahu, alternatif solusi yang diajukan meliputi mengurangi ukuran tahu dan mengganti sebagian bahan kedelai dengan kacang non-kedelai seperti biji legum, edamame, kacang tolo, kacang hijau, kacang kedelai hitam, kacang koro, dan biji lamtoro.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada Sekolah Tinggi Teknologi Dumai atas dukungan keuangan yang diberikan untuk kegiatan pengabdian ini. Kami juga ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada semua pihak, termasuk pemilik Pabrik Tahu Kembar, yang telah memberikan dukungan dan bekerja sama dengan kami dalam pelaksanaan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Kurniadi. (2018). Implementasi Teknologi yang Bermanfaat Bagi Masyarakat. Tepat Guna, 2018.
- Elsa Saleh, et al. (2020). Analisis Proses Produksi Tahu di Industri Tahu Karya Mulia, Desa Labusa, Kecamatan Konda, Kabupaten Konawe Selatan. Jurnal Tekper: Volume 1, Nomor 3, Halaman 185-190.
- Indra Masrin dan Lusyana Rachmi. (2019). Strategi Pemasaran Tahu Alami di Lubuk Buaya, Kota Padang. JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia) Vol. 9 No. 2, Desember, Halaman 149-159.
- Laili, et al. (2020). Rencana Strategi Pemasaran Tahu di Usaha Rumahan Sindang Panjang, Tanjung Sakti, Pumi, Kabupaten Lahat. Jurnal Ekonomia, Vol. 10 No.2, Juli 2020.
- Rusdi Moh. (2019). Rencana Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan di Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Vol. 6 (2) 2019, Halaman 49-54.
- Suliantoro Rochmani. (2014). Pemanfaatan Iptek pada Kelompok Usaha Tahu di Semarang. ABDIMAS Vol. 18 No. 1, Juni 2014.
- Saraswati Ines. (2019). Strategi dan Dampak Kenaikan Harga Kedelai terhadap Laba Usaha Produsen Tempe di Desa Panggung. Jurnal Humaniora Teknologi Volume 5, Nomor 2, Oktober 2019.
- Susan Syukron. (2020). Teknologi Diversifikasi Produk Tahu di Desa Sumpersalak, Kelurahan Kranjingan, Kecamatan Sumpersari, Kabupaten Jember untuk Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga. Warta Pengabdian, Volume 14, Issue 1 (2020), Halaman 24.

- Wawan, et al. (2021). Pengembangan Nilai Tambah dan Pendapatan Melalui Pertanian Hidroponik di Desa Kalijati, Kecamatan Jatisari, Kabupaten Karawang. *SIVITAS*, Vol. 1. No. 2 Juli 2021, Halaman 61-69.
- Wayan, et al. (2020). Pemberdayaan Usaha Tahu di Dusun Banda, Desa Saba, Kecamatan Blahbatuh, Gianyar. *Logista-Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat* Vol 4. No.2 Tahun 2020, Halaman 78-85.
- Wijaya, et al. (2022). Pengembangan Usaha Kerajinan Ingke Melalui Pelatihan Pemasaran Modern (E-Marketing) dan Pembentukan Kelompok Usaha. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Volume 6 Nomor 2, November 2022, Halaman 125-130.