

SOSIALISASI PEMANFAATAN PLATFORM DIGITAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI BAGI UMKM DI DESA PURWODADI, KECAMATAN SIDAYU, KABUPATEN GRESIK

Umi Sekarwati Oktavia, Nur Khofifatur Rohma, Galang Cikal Sugiantoro

Program Studi S1 Sistem Informasi, Fakultas Teknik,
Universitas Muhammadiyah Gresik

Email: umayskr@gmail.com, rohmanurkhofifatur@gmail.com,
galangsamsungm21@gmail.com

Abstrak

Desa Purwodadi merupakan salah satu Desa yang terletak di Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik. Berdasarkan survei di lapangan, permasalahan yang terjadi adalah masih banyak UMKM di Desa Purwodadi mengalami kesulitan untuk menjalankan sistem penjualan menggunakan strategi pemasaran produk UMKM secara online dengan tujuan agar dapat dijangkau banyak orang. Salah satu strategi promosi secara online adalah menggunakan Platform Digital dengan memanfaatkan Website Desa sebagai media promosi. Metode yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi ini adalah Pengumpulan Data, Persiapan Teknis, Pelaksanaan, Pendampingan, dan Evaluasi kegiatan. Indikator capaian membuktikan bahwa kegiatan ini berjalan sesuai rencana di awal. Hasil dari kegiatan ini para peserta sangat antusias mengenal Website Desa untuk memasarkan produk yang dijual agar dapat dijangkau lebih luas oleh calon pembeli. Keberlanjutan dari kegiatan ini diharapkan setiap para peserta beralih ke media pemasaran online untuk jangkauan yang lebih luas dalam mencari calon pembeli. Dengan demikian peserta menjadi sadar untuk pentingnya belajar teknologi informasi untuk meningkatkan daya saing khususnya pada penjualan produk UMKM di Desa Purwodadi.

Kata Kunci : UMKM, Strategi, Promosi, Platform Digital

Abstract

Purwodadi Village is one of the villages located in Sidayu District, Gresik Regency. Based on a survey in the field, the problem that occurs is that there are still many UMKM in Purwodadi Village that have difficulty running a sales system using an online UMKM product marketing strategy with the aim of reaching many people. One of the online promotion strategies is to use a digital platform by utilizing the village website as a promotional medium. The methods used in this socialization activity are Data Collection, Technical Preparation, Implementation, Assistance, and Evaluation of activities. The achievement indicators prove that this activity went according to plan at the beginning. The results of this activity are that the participants are very enthusiastic about recognizing the village website to market the products sold so that they can be reached more widely by potential buyers. The sustainability of this activity is expected that each participant will switch to online marketing media for a wider range of potential buyers. Thus, participants become aware of the importance of learning information technology to increase competitiveness, especially in the sale of UMKM products in Purwodadi Village.

Keywords: UMKM, Strategy, Promotion, Digital Platform

PENDAHULUAN

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi prioritas utama di setiap negara termasuk negara Indonesia. Ini dikarenakan kontribusi yang signifikan dari sektor UMKM terhadap perekonomian lokal dan

aspek sosial suatu negara. Selain dianggap mempunyai peran yang signifikan terhadap peningkatan perekonomian di Indonesia, UMKM juga dapat menyerap tenaga kerja dalam skala yang cukup besar (Devi Maulidasari & Setiyana, 2020). Beberapa peran UMKM terhadap kesejahteraan masyarakat seperti, pengurangan kemiskinan dan kesenjangan sosial, pemberdayaan ekonomi, pertumbuhan ekonomi lokal, peningkatan pendapatan dan konsumsi. Kesadaran akan peran penting UMKM dalam pembangunan ekonomi dan masyarakat menjadikan sektor ini sebagai fokus utama dalam strategi pengembangan nasional (Aditya et al., 2024).

Bersamaan dengan pertumbuhan usaha dalam skala mikro, kecil, dan menengah, kemajuan teknologi juga mengalami perkembangan yang signifikan. Saat ini, media digital menjadi salah satu fasilitas utama dalam kemajuan teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan pemasaran produk secara online, yang dikenal dengan istilah digital marketing. Hal ini dapat dilakukan melalui media sosial atau platform e-commerce. Oleh karena itu, agar dapat tetap relevan dan bersaing, UMKM perlu menjadi lebih terbuka terhadap perkembangan zaman sehingga mampu mengembangkan usahanya secara luas (Diana et al., 2024).

Di era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang pesat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah pedesaan Indonesia menghadapi tantangan besar dalam memasarkan produk-produk mereka. Salah satu contoh wilayah pedesaan yang memiliki potensi UMKM yang cukup besar adalah Desa Purwodadi yang terletak di Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Desa Purwodadi terdiri dari pelaku usaha yang bergerak dalam berbagai sektor, seperti pertanian, perikanan, kerajinan, makanan dan minuman, serta jasa lokal lainnya. Namun, meskipun memiliki produk-produk berkualitas, UMKM di Desa Purwodadi sering kali mengalami kendala dalam pemasaran dan promosi produk mereka. Sebagian besar dari mereka masih menggunakan metode konvensional dalam mempromosikan produk, seperti bazar lokal atau promosi melalui mulut ke mulut. Hal ini menyebabkan keterbatasan dalam mencapai pasar yang lebih luas, terutama di luar wilayah lokal mereka (Aditya et al., 2024).

Dalam konteks globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang pesat, penting bagi UMKM untuk memanfaatkan platform digital seperti Website Desa sebagai salah satu strategi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan mereka. Namun, kesadaran dan pemahaman tentang pentingnya pemanfaatan teknologi digital tersebut masih terbatas di kalangan UMKM Desa Purwodadi. Permasalahan utama yang ingin dipecahkan adalah bagaimana meningkatkan pemahaman dan pemanfaatan platform digital di kalangan UMKM Desa Purwodadi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk mereka. Dengan mengidentifikasi hambatan dan menawarkan solusi yang sesuai, diharapkan UMKM dapat mengoptimalkan potensi digital untuk mengatasi tantangan pemasaran mereka.

Dari permasalahan yang ada, mahasiswa KKN dari program studi Sistem Informasi sepakat menjalankan program kerja untuk pengabdian kepada masyarakat Desa Purwodadi dengan berfokus pada kegiatan sosialisasi mengenai pemanfaatan platform digital sebagai media promosi menjadi sangat relevan dan penting. Melalui sosialisasi ini, diharapkan UMKM Desa Purwodadi dapat lebih

memahami potensi dan manfaat dari platform digital dalam memasarkan produk-produk mereka. Selain itu, sosialisasi ini juga bertujuan untuk memberikan pelatihan dan dukungan teknis bagi UMKM agar mereka dapat secara efektif menggunakan platform-platform digital, seperti media sosial, marketplace online, dan website bisnis, untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk mereka di pasar lokal maupun regional.

METODE PELAKSANAAN

Guna tercapainya tujuan yang ditetapkan, berikut ringkasan metode pelaksanaan kegiatan beserta penjabarannya:

A. Metode Pelaksanaan

1. Survei

Dalam rangka mendukung para pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Purwodadi, maka dilakukan pendekatan melalui metode survei dan sosialisasi. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan motivasi dan informasi yang berharga kepada pemilik UMKM, mendorong mereka untuk terus meningkatkan kualitas usaha mereka. Melalui survei, Mahasiswa KKN dari prodi Sistem Informasi dapat mengidentifikasi kebutuhan dan potensi pengembangan usaha yang dimiliki oleh pemilik UMKM. Selain itu, melalui sosialisasi, informasi penting disampaikan kepada pemilik UMKM terkait aspek-aspek krusial dalam pengembangan usaha dengan memanfaatkan pemasaran secara digital, seperti foto produk, desain katalog produk dan cara penggunaan website desa untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Tujuan utamanya adalah agar pemilik UMKM dapat lebih memperhatikan aspek-aspek tersebut, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan nilai jual produk. Dengan pendekatan ini, diharapkan UMKM di Desa Purwodadi dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan.

2. Perencanaan Kegiatan

Perencanaan kegiatan ini dilakukan setelah melakukan survei kepada pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mengevaluasi perkembangan usaha dan perhatian terhadap foto produk, desain katalog produk serta strategi pemasaran secara digital. Hasil survei menjadi dasar rencana kegiatan selanjutnya untuk memastikan dukungan yang spesifik dan relevan bagi pengembangan bisnis UMKM.

B. Pelaksanaan

1. Mahasiswa mempersiapkan sarana yang diperlukan dalam memaksimalkan pelaksanaan kegiatan.
2. Mahasiswa mempersiapkan materi untuk program kegiatan.
3. Mahasiswa melaksanakan program kegiatan yang telah direncanakan.

C. Teknik Pelaksanaan

1. Survei para pemilik UMKM di Desa Purwodadi dengan metode berikut:
 - a. **Langkah 1 (Metode berkunjung/mendatangi ke rumah ketua RT dan RW di Desa Purwodadi)**

Pada metode pertama ini, mahasiswa KKN dari prodi Sistem Informasi melakukan kunjungan atau datang ke rumah ketua RT dan RW untuk mendata siapa saja yang memiliki UMKM. Di desa Purwodadi, terdapat banyak UMKM yang menjadi fokus pengamatan dan pendataan oleh mahasiswa, sehingga

informasi yang terkumpul dapat memberikan gambaran mengenai potensi bisnis mikro di desa tersebut.

b. Langkah 2 (Metode berkunjung/mendatangi ke rumah masing-masing para pemilik UMKM yang ada di Desa Purwodadi)

Pada metode kedua ini, mahasiswa KKN dari prodi Sistem Informasi melakukan kunjungan atau datang ke rumah masing-masing pemilik UMKM. Di desa Purwodadi, masih terdapat banyak pemilik UMKM yang kurang memperhatikan aspek-aspek yang mempengaruhi strategi pemasarannya.

c. Langkah 3 (Metode diskusi)

Pada metode ketiga ini, mahasiswa KKN dari prodi Sistem Informasi bertanya dan berdiskusi terkait program kerja yang akan dilaksanakan, yaitu tentang foto produk, desain katalog produk, dan strategi pemasaran berbasis digital. Apakah para pemilik UMKM keberatan jika akan ada sosialisasi mengenai pemanfaatan platform digital sebagai media promosi yang dilakukan di Balai Desa Purwodadi.

2. Pembuatan katalog produk dan proses input detail produk di website Desa Purwodadi

a. Langkah 1 (Proses Dokumentasi Produk)

Pada metode pertama ini Mahasiswa KKN prodi sistem informasi melakukan pengumpulan produk yang akan difoto, pemilihan teknik fotografi yang sesuai, pengaturan pencahayaan dan latar belakang, serta pengambilan foto produk dengan kualitas yang baik. Tahapan ini penting untuk menghasilkan foto produk UMKM Desa Purwodadi yang menarik dan memperkuat citra produk tersebut.

b. Langkah 2 (Proses Pembuatan Katalog Produk)

Pada metode kedua ini Mahasiswa KKN Prodi Sistem Informasi melakukan proses pembuatan katalog untuk setiap produk yang dijual oleh UMKM Desa Purwodadi. Mahasiswa Program Studi Sistem Informasi menggunakan Aplikasi Canva untuk menyusun informasi tentang produk-produk dan foto produk dari UMKM Desa Purwodadi dalam format yang menarik dan mudah dipahami oleh calon pembeli. Desain katalog yang menarik dapat membantu meningkatkan minat dan penjualan produk UMKM Desa Purwodadi.

c. Langkah 3 (Proses Input Data UMKM ke Website Desa Purwodadi)

Pada Metode ketiga ini Mahasiswa KKN Prodi Sistem Informasi melakukan proses input data UMKM ke Website Desa Purwodadi. Data yang diinput mencakup foto katalog, nama pemilik UMKM, nama produk, alamat rumah, kategori produk, harga produk, satuan produk, deskripsi produk, dan nomor pemesanan produk. Mahasiswa akan bertanggung jawab untuk memastikan bahwa data yang dimasukkan akurat dan lengkap, sehingga memudahkan calon pembeli untuk menemukan dan memesan produk dari UMKM Desa Purwodadi melalui website.

3. Sosialisasi terkait strategi pemasaran produk melalui platform digital yaitu Website Desa Purwodadi dengan metode berikut:

a. Langkah 1 (Metode penjelasan materi)

Dalam acara sosialisasi yang dihadiri oleh para pemilik UMKM yang telah

diundang dan berkumpul di Balai Desa Purwodadi, mahasiswa KKN dari prodi Sistem Informasi menyampaikan materi melalui presentasi menggunakan teknologi laptop dengan tampilan PowerPoint.

Dimana inti dari materi yang disampaikan mengenai digital marketing dan pemanfaatan website desa untuk mendukung UMKM. Digital Marketing merupakan konsep pemasaran modern dengan memanfaatkan fasilitas digital online dan internet. Dimana digital marketing ini bertujuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan menggunakan media internet. Sehingga para pemilik UMKM perlu memanfaatkan platform digital yaitu website desa untuk meningkatkan visibilitas produk, efisiensi biaya, memudahkan transaksi, dan memperkuat interaksi langsung antara penjual dan pembeli.

Sehingga dari materi yang disampaikan oleh mahasiswa KKN dari prodi Sistem Informasi, diharapkan dapat membantu mengembangkan usaha para pemilik UMKM untuk lebih kreatif dan inovatif dalam memasarkan produk yang dihasilkan dan juga diharapkan dapat menjadi pendorong bagi para pemilik UMKM untuk beradaptasi dengan tren teknologi dan meningkatkan daya saing usaha mereka dalam era digital.

b. Langkah 2 (Metode diskusi)

Dalam metode diskusi ini mahasiswa KKN dari prodi Sistem Informasi bertanya dan berdiskusi dengan para pemilik UMKM terkait permasalahan apa yang mungkin menjadi kendala dalam pemanfaatan website desa sebagai media promosi atau pemasaran produk.

D. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi penting dilakukan untuk menilai sejauh mana kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan perencanaan yang dibuat. Hasil yang di dapat yaitu respon baik dari masyarakat Desa Purwodadi terutama para pemilik UMKM mengenai program kerja yang dilaksanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program KKN Reguler 2023/2024 Universitas Muhammadiyah Gresik yang dilaksanakan selama kurang lebih 27 hari, dimulai dari tanggal 15 Januari 2024 – 10 Februari 2024 dengan fokus kepada kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Purwodadi Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik. Dalam 1 kelompok, terdapat 15 mahasiswa yang berasal dari berbagai program studi. Dalam program kerja Sistem Informasi dijalankan oleh 3 mahasiswa.

Program kerja studi Sistem Informasi bertujuan mengenalkan Platform Digital sebagai media promosi. Kegiatan yang dilaksanakan oleh peserta KKN program studi Sistem Informasi di desa Purwodadi adalah melakukan sosialisasi pemanfaatan Platform Digital sebagai Media Promosi Bagi UMKM. Dimana tujuan dari program kerja yang peserta KKN program studi Sistem Informasi adalah memberikan pelatihan dan dukungan teknis bagi para pemilik UMKM agar dapat secara efektif menggunakan platform-platform digital, seperti media sosial, marketplace online, dan website bisnis, untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk mereka di pasar lokal maupun regional.

Sebelum program kerja ini dilaksanakan, mahasiswa KKN program studi Sistem Informasi terlebih dahulu berbaur dengan masyarakat sekitar melalui kegiatan survei untuk mengetahui data-data pemilik UMKM yang ada di Desa Purwodadi dengan cara yang pertama adalah mendatangi ke setiap rumah Ketua RT dan RW. Setelah mempunyai semua

data pemilik UMKM tersebut, kegiatan selanjutnya adalah mendatangi ke alamat rumah pemilik UMKM dan menjelaskan mengenai program kerja yang dilaksanakan serta meminta persetujuan kepada pemilik UMKM untuk mengupload produk UMKNya di Website Desa. Tujuan kegiatan ini adalah membantu para pemilik UMKM di Desa Purwodadi untuk mempromosikan produknya lewat Website Desa. Kegiatan selanjutnya mahasiswa KKN program studi Sistem Informasi melakukan pembuatan katalog produk dan melakukan proses input detail produk di website Desa Purwodadi. Pembuatan katalog produk dibuat dengan format desain yang menarik dan mudah dipahami sehingga dapat menarik minat pembeli.

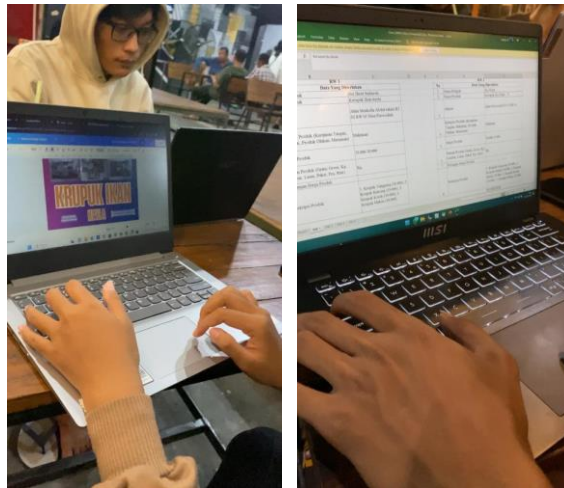
Selanjutnya mahasiswa KKN program studi Sistem Informasi mengadakan Sosialisasi mengenai pemanfaatan Platform Digital yaitu Website Desa sebagai media promosi untuk produk UMKM. Dalam Sosialisasi ini mahasiswa mengundang 10 pemilik UMKM di Desa Purwodadi, kemudian mahasiswa memberi wawasan dalam hal digital marketing dan pelatihan bagi UMKM agar mereka dapat secara efektif dapat menggunakan platform-platform digital. Dengan harapan untuk pelaku UMKM bisa memanfaatkan platform digital sebagai ajang promosi dan supaya jangkauan pasar mereka lebih luas. Peserta yang mengikuti kegiatan sosialisasi dari awal hingga akhir tampak berminat dan antusias terhadap informasi yang disampaikan oleh mahasiswa KKN dari prodi Sistem Informasi. Beberapa peserta menyampaikan pertanyaan mengenai bagaimana cara mengakses Website Desa untuk melihat produk mereka yang ditampilkan, sementara yang lain menanyakan cara membuat deskripsi dan katalog produk yang dapat menarik minat pembeli. Semua pertanyaan dari peserta dijawab dengan baik oleh mahasiswa KKN program studi Sistem Informasi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema "Sosialisasi Pemanfaatan Platform Digital Sebagai Media Promosi Bagi UMKM di Desa Purwodadi" berjalan dengan lancar dan sukses.

Tabel Peserta Sosialisasi

DATA UMKM DESA PURWODADI			
No	Nama	Alamat	UMKM
1.	Ibu Dewi Sufairoh	RW 1	Produksi Kerupuk Ikan
2.	Ibu Ninik	RW 1	Produksi Kerupuk
3.	Pak Munadhir	RW 1	Produk Bubuk Herbal
4.	Ibu Khoiroh	RW 2	Kerupuk Mandala
5.	Pak Nasik	RW 2	Kerupuk Mandala
6.	Ibu Mariama	RW 3	Produksi Bonggolan
7.	Ibu Rosmawati	RW 3	Produksi Bonggolan
8.	Ibu Nur Kholila	RW 3	Produksi Minuman Temulawak
9.	Ibu Lidia Aditama Putri	RW 4 Rumah B6 11	Produksi Mie Rumahan
10.	Ibu Amin Ayu Wahyuning	RW 4 Rumah B5 09	Produksi Sinom



Gambar 1. Foto mahasiswa KKN program studi Sistem Informasi dan pemilik usaha UMKM ketika sedang melakukan survei ke rumah para pemilik UMKM di Desa Purwodadi.



Gambar 2. Foto mahasiswa KKN program studi Sistem Informasi ketika sedang melakukan kegiatan pembuatan katalog produk dan proses input detail produk di website Desa Purwodadi.



Gambar 3. Foto mahasiswa KKN dan pemilik usaha UMKM ketika sedang melakukan kegiatan sosialisasi bertempat di Balai Desa Purwodadi.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Dari Artikel ilmiah ini memperoleh hasil yang dapat ditarik kesimpulan bahwa program kerja yang telah direncanakan sebelumnya, diselesaikan secara bertahap oleh mahasiswa KKN program studi Sistem Informasi dan memperoleh hasil yang sesuai dengan yang diharapkan. Secara keseluruhan pelaksanaan dalam menjalankan tugas KKN ini berlangsung selama kurang lebih 27 hari. Teknik kegiatan yang dilakukan program kerja prodi Sistem Informasi dengan melakukan survei kondisi UMKM di desa Purwodadi dan melakukan sosialisasi.

Dengan adanya kegiatan KKN ini memiliki manfaat yaitu dalam pemberdayaan masyarakat sehingga dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi Desa Purwodadi dengan menguatkan perekonomian para pemilik UMKM. Artikel ini berisi informasi berupa pengembangan UMKM di Desa Purwodadi dengan melakukan program kerja berupa Sosialisasi Pemanfaatan Platform Digital Sebagai Media Promosi Bagi UMKM di Desa Purwodadi, Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik. Sehingga dari program kerja yang direalisasikan dapat membuka pemahaman para pemilik UMKM tentang pentingnya melakukan promosi melalui berbagai

platform digital, seperti media sosial dan website untuk efektif memasarkan produk mereka untuk mencapai pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun regional. Dari program yang telah direalisasikan para UMKM dalam menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif, sehingga mereka dapat mengoptimalkan penggunaan platform digital untuk kepentingan bisnis.

2. Saran

Dari keseluruhan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah direncanakan dan direalisasikan, maka diharapkan perlu adanya tindak lanjut dari program ini, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat setempat. Kami menyarankan agar para pelaku UMKM penting memahami dan menambah wawasan tentang pentingnya strategi pemasaran digital untuk menunjang keberlangsungan usaha UMKM dalam memasarkan produk yang mereka jual. UMKM dalam pemasarannya melalui platform digital diusahakan untuk tetap konsisten karena kini teknologi makin berkembang dari waktu ke waktu. Selain itu, UMKM sebaiknya juga memasarkan produk secara digital (online) agar pemasaran produknya tidak hanya terfokus pada pemasaran offline.

DAFTAR PUSTAKA

- Sapitriani, A. A. I. E. (2022). Pemanfaatan Website Sebagai Media Komunikasi Bisnis Startup Digital Tiktok.
- Darnis, F., & Azdy, R. A. (2019). Pemanfaatan Media Informasi Website Promosi (e-Commerce) sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM Desa Pedado. *SINDIMAS*, 1(1), 275-278.
- Putri, R. E., Wasito, M., & Lestari, A. N. (2023). Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Produk UMKM Desa Suka Damai. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(3), 667-675.
- Sholeh, M., & Pranoto, A. (2023). PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING BAGI PARA PELAKU UMKM DI KECAMATAN SEDAYU BANTUL SEBAGAI UPAYA UNTUK MEMPROMOSIKAN PRODUK. *BUDIMAS: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 5(1).
- Bukit, F. R. A., AS, G. G., Irvan, I., & Fahmi, F. (2019). Pembuatan Website Katalog Produk UMKM Untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(2), 229-236.
- Aditya, S., Agachi, R., Aqilah, D., Nugroho, R. D., Mulyani, E., Widiharti, A. R. R., & Sukaris. (2024). Pembuatan Minuman Teh Herbal " Jelang Tea " Sebagai Inspirasi Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Kampung Siba Klasik Dan Sebagai Peningkat Immunitas Tubuh. *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 6(1), 87-95.
- Diana, S. N., Octavia, P., Azizah, V. A., Firmani, U., Rahim, A. R., Widiharti, & Sukaris. (2024). Sosialisasi Pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga Untuk Pencegahan Stunting. *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 6(1), 105-111.

