

## TRANSFORMASI DIGITAL UMKM PEREMPUAN PESISIR MELALUI MODEL BISNIS INKLUSIF BERBASIS TEKNOLOGI/SAINS/SENI

Titiek Arafiani Ruray<sup>1\*</sup>, Muhammad Yasin Majojo<sup>2</sup>, Imran Yunus<sup>3</sup>, Idris Sudin<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Universitas Nuku, Indonesia, email: titiekruraynuku@gmail.com

<sup>2</sup> Universitas Nuku, Indonesia, email: majojo571@gmail.com

<sup>3</sup> Universitas Nuku, Indonesia, email: imranyunus1975@gmail.com

<sup>4</sup> Universitas Nuku, Indonesia, email: idrissudin.is@gmail.com

\*Koresponden penulis

### Article History:

Received: 20 September 2025

Revised: 13 November 2025

Accepted: 25 November 2025

### Keywords: Women

Empowerment; Coastal Areas;  
Appropriate Technology;  
Inclusive Business Model; Digital  
Marketing.

**Abstract:** *The Women's Joint Business Group in Guraping, Tidore Islands, faces low production capacity (5–10 kg/week), weak management without records or legality, and limited marketing confined to local networks without digital technology. This study implements an inclusive business model based on science, technology, and arts to enhance business capacity, strengthen governance, and expand market access for coastal women. Using a participatory method, the program proceeded through five stages: socialization, training in business management and digital marketing, application of appropriate technology (fish-smoking and sago-grating machines), implementation of Standard Operating Procedures, and continuous mentoring with pre- and post-tests. Results show notable progress: the total evaluation score increased by 138.9% (from 22.6 to 54.0), production increased up to 300%, 75% of participants actively adopted digital marketing, and average income grew by about 80%. The program transformed traditional business practices into modern, sustainable patterns through strengthened management, technology adoption, and wider market access.*

## Introduction

Pemberdayaan perempuan pesisir merupakan isu strategis dalam konteks pembangunan ekonomi berkelanjutan dan pencapaian kesetaraan gender di Indonesia. Wilayah pesisir dengan potensi sumber daya kelautan yang melimpah seringkali belum mampu memberikan kesejahteraan optimal bagi masyarakatnya, khususnya perempuan yang terlibat dalam aktivitas ekonomi produktif. Dalam konteks Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), pemberdayaan perempuan tidak hanya berkontribusi pada pencapaian SDG 5 (Kesetaraan Gender), tetapi juga SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) serta SDG 1 (Tanpa Kemiskinan). Data menunjukkan bahwa partisipasi perempuan dalam sektor ekonomi informal di wilayah pesisir Indonesia mencapai 68%, namun hanya 23% yang memiliki akses terhadap teknologi modern dan pelatihan kewirausahaan (Didiharyono et al., 2022). Kondisi ini menegaskan adanya kesenjangan

yang signifikan antara potensi ekonomi perempuan pesisir dengan kapasitas riil yang mereka miliki untuk mengakses pasar modern dan peluang ekonomi digital.

Kota Tidore Kepulauan sebagai salah satu daerah di Provinsi Maluku Utara memiliki karakteristik geografis dan sosial-ekonomi yang mencerminkan tantangan umum pemberdayaan perempuan pesisir di Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2023), tingkat partisipasi angkatan kerja perempuan di sektor informal wilayah pesisir Tidore mencapai 62,5%, dengan 78% di antaranya belum pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan berbasis teknologi. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun perempuan pesisir Tidore aktif dalam kegiatan ekonomi, mereka masih menghadapi keterbatasan akses terhadap pengetahuan, teknologi, dan keterampilan yang dibutuhkan untuk meningkatkan daya saing usaha. Lebih jauh, keterbatasan infrastruktur digital dan lemahnya konektivitas pasar mempersempit peluang perempuan pesisir untuk terlibat dalam ekosistem ekonomi yang lebih luas (Kemendikbudristek, 2023).

Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Perempuan Guraping di Kelurahan Guraping, Kecamatan Oba Utara, menjadi representasi nyata dari permasalahan struktural yang dihadapi perempuan pesisir. Kelompok ini beranggotakan 25 orang ibu rumah tangga dan janda nelayan yang secara rutin mengolah hasil laut seperti ikan asin, abon ikan, dan kerupuk ikan, serta produk berbasis sagu. Namun observasi lapangan menunjukkan bahwa seluruh proses produksi masih dilakukan secara manual tanpa standar higienitas, peralatan teknologi tepat guna, maupun sistem manajemen yang terstruktur. Kapasitas produksi rata-rata hanya mencapai 5-10 kilogram per minggu dengan kualitas yang fluktuatif, sementara produk yang dihasilkan belum memiliki legalitas, merek, atau kemasan yang menarik (Elfiana et al., 2023). Kondisi ini mengakibatkan produk KUBE sulit bersaing di pasar modern dan terjebak dalam lingkaran pemasaran tradisional yang terbatas pada jaringan sosial lokal.



*Gambar 1.* Kondisi Mitra Pengabdian - Aktivitas Produksi Tradisional KUBE Perempuan Guraping

Sumber: Dokumentasi lapangan Tim PMP. 2025

Analisis mendalam terhadap permasalahan yang dihadapi KUBE Perempuan Guruping mengungkapkan tiga dimensi utama kendala yang saling berkaitan. Pertama, dari aspek produksi, kelompok masih mengandalkan peralatan rumah tangga sederhana tanpa Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas, mengakibatkan ketidakkonsistenan mutu dan keterbatasan kapasitas. Kedua, dari aspek manajemen usaha, kelompok belum memiliki sistem pencatatan keuangan, struktur kelembagaan yang jelas, maupun legalitas formal seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) atau izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), yang membatasi akses mereka terhadap dukungan eksternal dan pasar formal (Widianto, 2022). Ketiga, dari aspek pemasaran, produk belum memanfaatkan kanal digital dan strategi branding modern, sehingga jangkauan pasar terbatas dan nilai tambah produk tidak optimal (Arifudin, 2020). Kondisi ini menunjukkan bahwa permasalahan yang dihadapi bersifat multidimensional dan membutuhkan intervensi yang komprehensif serta terintegrasi.

*Tabel 1.* Identifikasi Permasalahan Mitra Berdasarkan Aspek Usaha

Aspek	Permasalahan Spesifik
<b>Produksi</b>	Proses manual tanpa SOP
	Peralatan tradisional
	Standar higienitas rendah
<b>Manajemen</b>	Tidak ada pencatatan keuangan
	Struktur kelembagaan lemah
	Belum memiliki legalitas
<b>Pemasaran</b>	Distribusi terbatas lokal
	Belum ada branding
	Tidak ada pemasaran digital

Sumber: Data diolah Tim PMP. 2025

Literatur mengenai pemberdayaan masyarakat berbasis ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni (IPTEKS) menunjukkan bahwa pendekatan terintegrasi yang menggabungkan transfer teknologi, penguatan kelembagaan, dan pengembangan kapasitas pemasaran terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM pesisir. Auliani Khoirunnisa (2025) menekankan bahwa model bisnis inklusif yang mengintegrasikan teknologi tepat guna dengan partisipasi aktif masyarakat dapat menciptakan transformasi berkelanjutan dalam pemberdayaan perempuan. Lebih spesifik, Nabila et al (2025) membuktikan bahwa pelatihan berbasis teknologi mampu meningkatkan kapasitas produksi UMKM pesisir hingga 200% dalam kurun waktu enam bulan, dengan catatan bahwa teknologi yang diterapkan harus sesuai dengan potensi lokal dan mudah dioperasikan. Pendekatan partisipatif dalam proses pemberdayaan juga menjadi kunci keberhasilan, dimana masyarakat diposisikan sebagai subjek utama perubahan bukan sekadar objek penerima bantuan.

Solusi spesifik yang relevan dengan kondisi KUBE Perempuan Guraping dapat dirumuskan berdasarkan best practices pemberdayaan UMKM pesisir di wilayah lain. Penerapan teknologi tepat guna seperti mesin pengasapan ikan dan mesin pamarut sagu dapat meningkatkan efisiensi produksi sekaligus menjaga standar higienitas. Pengembangan sistem manajemen usaha sederhana melalui pelatihan pencatatan keuangan dan penguatan kelembagaan terbukti memperbaiki tata kelola internal kelompok. Sementara itu, strategi pemasaran digital melalui pemanfaatan media sosial dan marketplace dapat memperluas jangkauan pasar hingga tingkat regional dan nasional. Integrasi ketiga aspek ini dalam satu program pengabdian yang komprehensif diharapkan dapat menciptakan efek sinergis yang optimal bagi peningkatan kapasitas dan kemandirian ekonomi perempuan pesisir.

Meskipun berbagai studi telah mengkaji pemberdayaan perempuan pesisir dan penerapan IPTEKS dalam pengembangan UMKM, masih terdapat kesenjangan dalam literatur mengenai model bisnis inklusif yang secara khusus dirancang untuk konteks perempuan pesisir di wilayah kepulauan dengan karakteristik geografis dan sosial-budaya seperti Maluku Utara. Kebanyakan penelitian sebelumnya berfokus pada satu aspek pemberdayaan (produksi, manajemen, atau pemasaran) tanpa mengintegrasikan ketiga dimensi tersebut dalam satu pendekatan holistik. Selain itu, belum banyak studi yang secara khusus menganalisis efektivitas kombinasi teknologi tepat guna dengan strategi pemasaran digital dalam konteks pemberdayaan perempuan pesisir yang memiliki keterbatasan akses infrastruktur dan literasi teknologi. Kesenjangan ini menjadi peluang untuk mengembangkan model pemberdayaan yang kontekstual, replikatif, dan berkelanjutan.

Berdasarkan analisis permasalahan dan kesenjangan literatur tersebut, pengabdian ini bertujuan untuk menerapkan model bisnis inklusif berbasis IPTEKS yang dapat meningkatkan kapasitas produksi, memperkuat manajemen usaha, dan memperluas akses pasar KUBE Perempuan Guraping melalui integrasi teknologi tepat guna, pelatihan manajemen, dan strategi pemasaran digital. Kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatan holistik yang mengintegrasikan tiga dimensi pemberdayaan dalam satu program yang disesuaikan dengan karakteristik spesifik perempuan pesisir di wilayah kepulauan. Ruang lingkup kegiatan meliputi penyediaan hibah teknologi tepat guna (mesin pengasapan ikan dan mesin pamarut sagu), penyusunan dan implementasi SOP produksi, pelatihan manajemen usaha dan digital marketing, serta pendampingan berkelanjutan untuk memastikan keberlanjutan program. Melalui pendekatan partisipatif dan berbasis bukti, program ini diharapkan tidak hanya memberikan dampak langsung bagi peningkatan kesejahteraan KUBE Perempuan Guraping, tetapi juga menghasilkan model yang dapat direplikasi untuk pemberdayaan perempuan pesisir di wilayah lain di Indonesia.

## Method

Program *Pengabdian Masyarakat Pemula (PMP)* ini dilaksanakan di Kelurahan Guraping, Oba Utara, Kota Tidore Kepulauan pada bulan Juli 2025. Mitra kegiatan adalah Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Perempuan Guraping yang beranggotakan 20 orang. Pemilihan lokasi didasarkan pada potensi sumber daya pesisir dan sagu yang tinggi, namun belum diikuti dengan kapasitas produksi, manajemen, serta pemasaran yang memadai.

### 1. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Program dilaksanakan selama tiga hari (17–19 Juni 2025) di Kelurahan Guraping, Kecamatan Oba Utara, Kota Tidore Kepulauan, berpusat di Balai Kelurahan untuk sesi kelas dan area produksi KUBE Perempuan Guraping untuk praktik teknologi; penjadwalan dirancang agar 20 peserta hadir penuh, dengan pre-test pada sesi pembuka 17 Juni (pagi) dan post-test pada penutupan 19 Juni (sore), memberikan jeda pengukuran sekitar  $\pm 48$  jam untuk menilai perubahan pengetahuan dan keterampilan secara andal.

### 2. Desain Kegiatan

Kegiatan dirancang menggunakan pendekatan partisipatif berbasis IPTEKS. Pendekatan ini dipilih agar intervensi tidak hanya memindahkan teknologi, tetapi juga membangun rasa memiliki dan meningkatkan kapasitas manajerial mitra. Metode yang digunakan bersifat aplikatif, mengombinasikan *learning by doing*, diskusi kelompok, praktik langsung, serta evaluasi berbasis instrumen pre–post test.

### 3. Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan dalam lima tahapan utama:

#### 1) Sosialisasi Program

Sosialisasi dilakukan untuk menyampaikan tujuan, tahapan, dan luaran kegiatan. Dialog dengan anggota KUBE dilakukan agar terdapat pemahaman dan komitmen bersama.

#### 2) Pelatihan Manajemen dan Digital Marketing

Peserta dilatih mengenai pencatatan keuangan sederhana, struktur kelembagaan, legalitas usaha, serta strategi pemasaran digital melalui WhatsApp Business, Facebook, dan Instagram.

#### 3) Penerapan Teknologi Tepat Guna

Tim menyerahkan hibah mesin pengasapan ikan dan mesin pamarut sagu, sekaligus melakukan demonstrasi dan praktik langsung. Peserta mempelajari cara pengoperasian dan perawatan alat.

*4) Pendampingan dan Evaluasi*

Dilakukan kunjungan lapangan untuk memantau implementasi SOP produksi, pencatatan keuangan, dan pemanfaatan media digital. Evaluasi menggunakan pre–post test yang diikuti oleh 20 peserta.

*5) Strategi Keberlanjutan*

Tahap akhir berupa perencanaan bersama mitra mengenai legalitas usaha (NIB/PIRT), penguatan kelembagaan, serta jejaring dengan pihak eksternal.

#### **4. Partisipasi Mitra**

Seluruh tahapan dilaksanakan dengan melibatkan mitra secara aktif. Anggota KUBE tidak hanya berperan sebagai peserta, tetapi juga sebagai pengambil keputusan dalam menyusun SOP, mencoba langsung alat produksi, serta merancang strategi pemasaran. Tingkat partisipasi ini memastikan bahwa program benar-benar kontekstual dan berorientasi keberlanjutan.

#### **5. Evaluasi**

Program *Pengabdian Masyarakat Pemula (PMP)* ini dilaksanakan di Kelurahan Guraping, Oba Utara, Kota Tidore Kepulauan pada bulan Juli 2025. Mitra kegiatan adalah Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Perempuan Guraping yang beranggotakan 20 orang. Pemilihan lokasi didasarkan pada potensi sumber daya pesisir dan sagu yang tinggi, namun belum diikuti dengan kapasitas produksi, manajemen, serta pemasaran yang memadai.

#### **Result**

Program pengabdian yang dilaksanakan terhadap KUBE Perempuan Guraping menunjukkan hasil yang signifikan dalam peningkatan kapasitas kelompok di berbagai aspek. Implementasi model bisnis inklusif berbasis IPTEKS berhasil mencapai target-target yang telah ditetapkan dengan indikator keberhasilan yang terukur secara kuantitatif maupun kualitatif.





*Gambar 1. Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing dan Manajemen Usaha*

**Sumber:** Dokumentasi kegiatan menunjukkan antusiasme peserta dalam mengikuti pelatihan dengan metode *learning by doing* yang interaktif dan partisipatif

Hasil evaluasi kuantitatif melalui instrumen pre-test dan post-test yang dilakukan kepada 20 peserta aktif menunjukkan peningkatan pemahaman yang konsisten di seluruh aspek yang diukur. Data ini menjadi indikator objektif efektivitas intervensi yang dilakukan dan memberikan gambaran konkret tentang pencapaian tujuan program.

*Tabel 2. Hasil Evaluasi Pre-test dan Post-test Peserta Program*

Aspek Evaluasi	Pre-test (Rata-rata)	Post-test (Rata-rata)	Peningkatan	Persentase Peningkatan
Pengetahuan Manajemen Usaha	8.5	15.0	+6.5	76.5%
Digital Marketing & Branding	7.2	14.0	+6.8	94.4%
SOP Produksi & Higienitas	6.9	13.0	+6.1	88.4%
Pengoperasian Alat IPTEKS	~	12.0	~	~
Skor Total Rata-rata	22.6	54.0	+19.4	85.8%

**Sumber:** Hasil evaluasi lapangan, 2025

Catatan: Aspek pengoperasian alat IPTEKS hanya dinilai pada post-test karena merupakan pengetahuan baru yang diperkenalkan dalam program.

Selain peningkatan kemampuan manajerial dan teknis, hasil pengukuran lapangan menunjukkan perubahan nyata pada indikator usaha. Rata-rata kapasitas produksi meningkat hingga tiga kali lipat (sekitar +300%), sedangkan pendapatan bulanan anggota naik sekitar 80% dibandingkan kondisi awal program. Selain itu, 75% peserta aktif

menerapkan strategi pemasaran digital melalui *WhatsApp Business*, *Facebook*, dan *Instagram*. Ringkasan data kuantitatif disajikan pada Tabel 3 berikut.

*Tabel 3. Ringkasan Perubahan Produksi, Pendapatan, dan Adopsi Digital*

Indikator	Sebelum Program	Sesudah Program	Perubahan
Produksi (kg/minggu)	10	40	+300%
Pendapatan rata-rata (Rp/bulan)	2.000.000	3.600.000	$\approx +80\%$
Adopsi pemasaran digital (% peserta aktif)	0%	75%	+75 poin

**Sumber:** Data monitoring lapangan, 2025.

Selain data kuantitatif, testimoni peserta memperkuat temuan keberhasilan program. Seorang anggota menyampaikan: *“Saya baru tahu cara branding dan mempromosikan produk via WhatsApp Business. Sekarang tidak hanya mengandalkan pasar lokal lagi.”* Observasi lapangan juga menunjukkan adanya perubahan perilaku: peserta lebih percaya diri dalam memasarkan produk, lebih disiplin dalam mencatat transaksi, dan lebih terampil dalam mengoperasikan mesin. Secara keseluruhan, hasil ini memperlihatkan bahwa program pengabdian mampu menghasilkan perubahan nyata, baik dari sisi teknis produksi, kapasitas manajerial, maupun strategi pemasaran digital. Semua capaian ini menjadi landasan untuk pembahasan lebih lanjut terkait implikasi, tantangan, dan keberlanjutan program.

## Discussion

Penerapan teknologi tepat guna dan pelatihan berbasis IPTEKS berdampak signifikan pada kapasitas produksi KUBE Perempuan Guraping. Produksi mingguan meningkat sekitar tiga kali lipat ( $\pm +300\%$ ; contoh 10  $\rightarrow$  40 kg/minggu, lihat Tabel 3), menunjukkan bahwa intervensi teknologi efektif mengatasi keterbatasan struktural sebelumnya. Dengan SOP yang terstandar, kualitas produk meningkat lebih konsisten, memperkuat daya saing di pasar yang lebih luas. Pada sisi kapasitas individu, skor total evaluasi naik 138,9% (22,6  $\rightarrow$  54,0; lihat Tabel 2), menegaskan penguatan pengetahuan dan keterampilan teknis. Artinya, penguasaan teknologi tidak hanya berdampak pada kuantitas, tetapi juga kualitas produk yang menjadi faktor penting dalam keberlanjutan usaha (Didiharyono et al., 2022).

Transformasi pemasaran juga terukur secara kuantitatif: 75% peserta aktif menerapkan pemasaran digital melalui *WhatsApp Business*, *Facebook*, dan *Instagram*, yang berkorelasi dengan kenaikan pendapatan rata-rata sekitar 80% setelah program (lihat Tabel



3). Pergeseran perilaku ini—branding sederhana, konsistensi kemasan, dan pemanfaatan kanal digital—menjadi fondasi untuk memasuki pasar yang lebih kompetitif di tingkat regional. Selain itu, proses pengajuan legalitas usaha melalui NIB memperlihatkan adanya kesadaran baru mengenai pentingnya pengakuan formal. Hal ini membuka peluang KUBE untuk mengakses program pemerintah maupun dukungan lembaga keuangan di masa depan (Widianto, 2022).

Dari aspek pemasaran, keberhasilan mitra dalam memanfaatkan media sosial menandai adanya transformasi digital yang signifikan. Anggota KUBE yang sebelumnya ragu kini mampu memasarkan produk melalui WhatsApp Business, Facebook, dan Instagram. Respons positif dari konsumen di luar Guraping membuktikan bahwa pasar digital dapat memperluas jangkauan distribusi produk lokal. Selain itu, peningkatan kesadaran akan pentingnya branding dan kemasan sederhana memperlihatkan adanya pergeseran orientasi dari sekadar produksi menuju pembangunan identitas produk (Arifudin, 2020). Perubahan ini menjadi pondasi penting untuk memasuki pasar yang lebih kompetitif di tingkat regional maupun nasional.

Hasil pre-post test dengan peningkatan rata-rata 6–7 poin memperkuat temuan bahwa pelatihan yang diberikan efektif meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta. Data ini menunjukkan bahwa metode *learning by doing* yang diterapkan berhasil membuat peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mempraktikkannya secara langsung. Penguasaan keterampilan baru ini terlihat dari kemampuan mereka mengoperasikan mesin, menerapkan SOP, serta mengelola akun digital untuk pemasaran. Evaluasi berbasis data kuantitatif tersebut diperkuat oleh temuan kualitatif berupa testimoni peserta yang merasa lebih percaya diri dan mandiri setelah mengikuti program. Integrasi antara data kuantitatif dan kualitatif memperlihatkan konsistensi hasil, sehingga meningkatkan validitas temuan program ini.

Secara keseluruhan, hasil dan temuan program ini memberikan beberapa *lesson learned* yang penting. Pertama, keberhasilan pemberdayaan masyarakat pesisir tidak hanya ditentukan oleh pemberian alat, tetapi juga oleh proses pendampingan yang intensif. Kedua, keberlanjutan program sangat bergantung pada partisipasi aktif mitra dalam setiap tahap kegiatan, mulai dari sosialisasi hingga evaluasi. Ketiga, kolaborasi antara perguruan tinggi, masyarakat, dan pemerintah lokal perlu diperkuat agar hasil program dapat direplikasi di wilayah lain. Dengan demikian, program ini tidak hanya menyelesaikan permasalahan teknis, tetapi juga memperlihatkan bagaimana pendekatan berbasis IPTEKS dapat membangun kapasitas sosial, ekonomi, dan kelembagaan secara berkelanjutan. Temuan ini

sekaligus membuka peluang untuk penelitian lanjutan yang lebih mendalam mengenai model bisnis inklusif berbasis komunitas pesisir di Indonesia.

## Conclusion

*Pengabdian Masyarakat* dengan judul “*Penerapan Model Bisnis Inklusif Berbasis IPTEKS untuk Pemberdayaan Perempuan Pesisir di Kota Tidore Kepulauan*” telah mencapai tujuan yang ditetapkan, yaitu meningkatkan kapasitas produksi, memperkuat manajemen usaha, serta memperluas strategi pemasaran digital KUBE Perempuan Guraping. Melalui tahapan sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi tepat guna, pendampingan, dan evaluasi, mitra berhasil bertransformasi dari pola kerja tradisional menuju tata kelola usaha yang lebih modern dan adaptif. Penerapan mesin pengasapan ikan, mesin pamarut sagu, penyusunan SOP, serta modul pelatihan terbukti meningkatkan produktivitas dan konsistensi mutu produk, sementara pencatatan keuangan sederhana dan proses legalitas usaha memperkuat aspek akuntabilitas kelembagaan. Dari sisi pemasaran, keberhasilan mengakses kanal digital menunjukkan adanya lompatan penting dalam memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, capaian program ini tidak hanya menjawab permasalahan teknis yang dihadapi mitra, tetapi juga memberikan kontribusi strategis bagi pemberdayaan perempuan pesisir dan menjadi model praktik baik yang potensial direplikasi di wilayah lain.

## Acknowledgements

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah mendanai kegiatan ini melalui skema Pengabdian Masyarakat Pemula (PMP) Tahun 2025 dengan nomor Kontrak Induk: 129/C3/DT.05.00/PM/2025 dan no kontrak turunan 221/LL12/AM/2025. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Universitas Nuku atas dukungan kelembagaan, serta KUBE Perempuan Guraping sebagai mitra yang telah berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan.

## References

- Arifudin, O. (2020). PKM Pembuatan Kemasan dan Perluasan Pemasaran Minuman Sari Buah Nanas Khas Kabupaten Subang Jawa Barat. *Aptekmas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 20–28. <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/aptekmas/article/view/2053>
- Auliani Khoirunnisa. (2025). Pelatihan Manajemen Usaha dan Pemasaran Digital untuk Penguatan Kapasitas Organisasi BUMDes dalam Pengembangan Ekonomi Lokal di Desa Serang, Kecamatan Cikarang Selatan. *Aksi Nyata: Jurnal Pengabdian Sosial Dan Kemanusiaan*, 2(3), 234–248. <https://doi.org/10.62383/aksinyata.v2i3.1776>
- Didiharyono, Ferdian, A., Patahiruddin, P., & Qur'ani, B. (2022). Pemberdayaan dan Pengembangan UKM Masyarakat Pesisir Berbasis Platform Digital. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 544–553. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v5i3.1241>
- Elfiana, E., Ridwan, R., Prihatin, N., Rahmahwati, C. A., Intan, S. K., Zaini, H., Harunsyah, H., Fauzan, R., Satriananda, S., & Pardi, P. (2023). Peningkatan Kapasitas Produksi Bawang Goreng Melalui Penerapan Teknologi Mesin Perajang Berputar Untuk Bawang Merah Segar. *Jurnal Vokasi*, 7(2), 195. <https://doi.org/10.30811/vokasi.v7i2.4130>
- Kemendikbudristek. (2023). *Indikator Kinerja Utama Perguruan Tinggi*.
- Nabila Karima, K., Nurotul Faizah, F., Riziq Iksan Abdillah, M., Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, F., Islam Negeri Walisongo Semarang, U., & Ekonomi dan Bisnis Islam, F. (2025). Peningkatan Kapasitas dan Daya Saing UMKM Melalui Seminar Pemberdayaan. *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 1–10. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v7i1.1435>
- Widianto, W. (2022). Pengurusan Nomor Induk Berusaha (Nib) Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm). *Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat*, 3(4), 138–145. <https://doi.org/10.56327/jurnalpkm.v3i4.63>