

Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Melalui Pembentukan Entrepreneur Home Care (Pelatihan Totok Wajah dan Marketing Digital) Desa Makamhaji Kecamatan Kartasura Kabupaten

Empowering Housewives Through the Formation of Home Care Entrepreneurs (Face Acupressure and Digital Marketing Training) Makamhaji Village, Kartasura District, Sukoharjo Regency

Prima Prihatini ^{1*}

Anita Oktaviana Trisna Devi ²

Hardika Khusnuliawati ³

¹Department of Business Administration, Sahid University Surakarta, Surakarta, Central Java, Indonesia

²Department of Industrial Engineering, Sahid University Surakarta, Surakarta, Central Java, Indonesia

³Department of Informatics Engineering, Sahid University Surakarta, Surakarta, Central Java, Indonesia

email: prihatiniprima@gmail.com

Kata Kunci

Kewirausahaan
ketrampilan totok wajah
digital marketing

Keywords:

Entrepreneurship
Facial skills
Digital marketing

Received: January 2023

Accepted: June 2023

Published: August 2024

Abstrak

Kondisi pasca pandemi yang melanda negeri semenjak bulan maret 2020 mengharuskan masyarakat agar berfikir lebih kreatif untuk menggerakkan roda ekonomi keluarga. Terutama sebagai ibu rumah tangga yang memegang peranan sentral dalam keluarga, untuk mendukung ekonomi keluarga seorang ibu rumah tangga harus mempunyai kemampuan atau kreatifitas terutama dibidang kewirausahaan berbasis industri kreatif, melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan 1) memberdayakan kelompok ibu-ibu rumah tangga usia produktif yang berhasrat menjadi wirausaha melalui sosialisasi kewirausahaan; 2) membangun talenta keahlian industri kreatif dalam ketrampilan totok wajah; 3) meningkatkan kemampuan penggunaan teknologi Informasi sebagai media pemasaran (digital marketing) totok wajah home care oleh Ibu-ibu rumah tangga terdampak covid-19 di Dukuh Gobayan; 4) meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan bidang kecantikan terutama totok wajah. Luaran program ini adalah video tutorial totok wajah. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah ibu-ibu rumah tangga mempunyai semangat berwirausaha, mempunyai kemampuan memanfaatkan teknologi Informasi sebagai alat pemasaran dan memiliki ketrampilan totok wajah.

Abstract

The post-pandemic conditions that have hit the country since March 2020 require people to think more creatively to move the wheels of the family economy. Especially as a housewife who plays a central role in the family, to support the family economy a housewife must have the ability or creativity, especially in the field of creative industry-based entrepreneurship. Through this community service activity the aim is 1) to empower groups of productive age housewives who desire to become an entrepreneur through entrepreneurial socialization; 2) to build talent for creative industry expertise in acupressure skills; 3) to increase the ability to use information technology as a marketing medium (digital marketing) for face-to-face home care by housewives affected by Covid-19 in Dukuh Gobayan; 4) increase knowledge and skills in the field of beauty, especially facial acupressure. The output of this program is a facial acupressure video tutorial. The results of this community service activity are that housewives have an entrepreneurial spirit, can use information technology as a marketing tool, and have acupressure skills.



© 2024 Prima Prihatini, Anita Oktaviana Trisna Devi, Hardika Khusnuliawati. Published by Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya. This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i8.6635>

PENDAHULUAN

Sejatinya semua wanita ingin cantik, sayangnya selalu menderita ketika ingin menjadi sosok yang cantik karena banyak cantik yang di palsukan dengan berbagai macam polesan make up. Terdapat banyak sekali tawaran mengatasi masalah kecantikan wajah. Mulai dari bahan alami atau herbal, penggunaan obat dari pabrik termasuk kosmetik, dan beberapa tindakan medis, untuk tujuan agar wajah tetap terlihat cantik menawan dan awet muda (Valunda, 2012 ;106). Raut wajah

How to cite: Prihatini, P., Devi, A, O, T., & Khusnuliawati, H. (2024). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Melalui Pembentukan Entrepreneur Home Care (Pelatihan Totok Wajah dan Marketing Digital) Desa Makamhaji Kecamatan Kartasura Kabupaten. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(8), 1354-1366. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i8.6635>

yang cantik meliputi kulit wajah yang bersih, sehat, kenyal, sintal, padat berisi, elastis, halus dan lembut dan menempel pada otot dan memancarkan cahaya lembut yang mencerminkan kesehatan kulit yang terawat dan merupakan idaman setiap wanita (Sukanta 2008 :22). Kehadiran pusat-pusat perawatan tubuh seperti salon, spa dan klinik kecantikan menjadi pilihan wanita tampil cantik. Jenis perawatan wajah yang ditawarkan sangat lengkap mencakup facial, pengencangan wajah, operasi plastik, penghilangan kerut serta keriput.

Dengan menggunakan mesin-mesin berteknologi mutakhir yang di datangkan langsung dari Eropa dan Amerika, dengan teknik penghancuran lemak (*lipolisis*) ditunjang dengan perawatan-perawatan lainnya, seperti perawatan peremajaan wajah (*skin regeneration and rejuvenation facial*), sangat efektif untuk menjaga agar wajah tetap segar dan cerah, tidak kusam, kencang, bebas flek, kerut dan jerawat. Biaya perawatan yang ditawarkan biasanya dalam bentuk paket yang harganya bisa sampai ratusan juta. Namun permasalahannya tidak semua wanita memiliki modal yang besar untuk menjadi cantik. Menariknya kebanyakan yang datang umumnya perempuan, hampir semua sudah berkeluarga dengan umur berkisar 30 sampai 50 tahunan yang bekerja. Motivasi sangat jelas untuk memperoleh cantik dan sehat, sehingga dapat menunjang penampilan dalam pekerjaan dan meningkatkan rasa percaya diri dengan berbagai jenis produk kecantikan dan perawatan mulai dari harga yang paling murah sampai dengan yang termahal, semuanya menjanjikan pembentukan dan perawatan tubuh perempuan menjadi cantik.

Memberikan jasa bidang kecantikan dengan harga terjangkau sangatlah diminati bagi wanita yang tidak memiliki modal besar tapi ingin cantik sehingga perlu adanya pengetahuan maupun skill yang dimiliki seseorang untuk dapat mewujudkan rasa percaya diri tampil cantik alami. Pengetahuan tersebut bisa didapat dengan banyak cara, seperti halnya pendidikan non formal yakni melalui pelatihan. Menurut Dessler (2016 : 216) Pemberian pelatihan merupakan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan penyesuaian sikap seseorang terhadap tugas-tugas yang ditangani. Training merupakan suatu istilah yang memiliki konotasi tertentu bergantung pada pengalaman seseorang dan latar belakangnya. Pelatihan akan menghasilkan tindakan yang dapat diulang-ulang dan dapat mengakibatkan motivasi diri dan perbaikan lebih lanjut melalui latihan-latihan yang lebih maju. Melalui pelatihan, dicapai kelenturan dalam tindakan karena melalui pemahaman, keyakinan, menemukan inisiatif. Berdasarkan hal tersebut, dalam mengadakan perubahan baik pelatihan masih lebih unggul daripada cara-cara lainnya. Dengan pelatihan, diharapkan seseorang dapat memiliki pengetahuan, keterampilan yang baru. Seperti halnya keterampilan dalam merawat tubuh maupun wajah. Perawatan kulit dan wajah menjadi penekanan utama untuk mendapatkan penampilan yang menarik.

Adapun alasan dan ketertarikan pelatihan Totok Wajah karena mudah dipelajari dan sangat berguna untuk diri sendiri dengan teknik yang aman untuk menghilangkan rasa sakit, mengurangi ketegangan otot, memperbaiki sirkulasi darah, meningkatkan relaksasi dan untuk kecantikan wajah dengan sedikit efek samping karena tanpa menggunakan obat, suntik, ramuan, atau herbal hanya menggunakan minyak zaitun. Totok wajah sebagai perawatan kecantikan untuk meningkatkan tonus otot wajah, sirkulasi, mengurangi kripit di wajah, memperbaiki kondisi dan penampilan kulit. Dengan cara penekanan di titik point tertentu dengan menggunakan jempol tangan, jari – jari tangan atau dengan memakai alat bantu tertentu (Hidayat, 2019 : 245). Totok wajah bisa mempercantik secara alami karena penotokan di lakukan pada titik wajah tertentu yang dapat membantu melancarkan peredaran darah dan ada banyak saluran energi yang secara anatomis merupakan persimpangan penting saraf, vena, arteri, dan ligamen di wajah di aktifkan dengan gerakan massage wajah dan teknik totok wajah pada titik di wajah yaitu: Di antara kedua alis di atas tulang hidung, di atas alis, di sisi kepala dan bagian luar mata, di dalam rongga hidung, di samping hidung, di bawah kedua telinga, di dahi serta di pelipis dan kepala Dengan adanya pelatihan tokjah dan digital marketing diharapkan ibu-ibu rumah tangga bisa menjadi seorang entrepreneur. Entrepreneur merupakan cara yang paling efektif untuk merevitalisasi kehidupan ekonomi suatu masyarakat di tengah ekonomi yang tumbuh dan lapangan pekerjaan yang semakin langka (Margahana & Triyanto, 2019). Tidak semua orang yang memiliki usaha sendiri dapat disebut wirausahawan. Ciri-ciri seorang wirausahawan antara lain memahami dan mengejar peluang yang dianggapnya baik untuknya dan percaya bahwa kesuksesan pasti dapat dicapai (Herefa & Siadari, 2006).

Pemberdayaan masyarakat digunakan sebagai strategi untuk memfokuskan tanggung jawab masyarakat sebagai isu pembangunan daerah. Pemberdayaan masyarakat tidak hanya ditujukan kepada masyarakat yang sudah berdaya, tetapi juga dirancang untuk lebih menggali potensi masyarakat untuk mencapai kemandirian (Endah, 2020). Kemandirian ini terdiri dari kenyataan bahwa masyarakat dapat berpikir, mengambil keputusan untuk masalah yang dihadapinya dan merasakan manfaat dari keputusan yang dibuat (Aulia & Kusumastuti, 2022). Dalam pemberdayaan, kegiatan pelatihan berguna sebagai agen pendukung yang dapat berinteraksi dengan unsur manfaat. Penting sebagai sumber informasi bagi masyarakat, oleh karena itu tujuan program pengabdian masyarakat ini adalah untuk mengajak ibu-ibu rumah tangga dukuh Gobayan untuk berbisnis. Pemberdayaan masyarakat identik dengan kewirausahaan sebagai upaya mendorong inovasi dan kreativitas dari seseorang dapat mengubah sampah menjadi emas (Widikuseno & Sudarsih, 2022). Ibu-ibu rumah tangga dukuh Gobayan juga tampaknya belum mampu memaksimalkan potensinya melalui pengembangan dan pengelolaan. Bahkan, sangat mungkin untuk mengidentifikasi potensi di antara kelompok ibu rumah tangga yang cukup besar yang dapat diberdayakan ke arah yang positif, terutama dalam meningkatkan ekonomi keluarga (Priyatna *et al.*, 2017). Diperlukan penyuluhan dan pelatihan yang dapat mendorong ibu-ibu rumah tangga untuk menemukan, mengembangkan, dan memaksimalkan potensinya guna meningkatkan motivasi dan kapasitas ibu rumah tangga. Dengan pengetahuan dan motivasi ini, diharapkan para ibu dapat bertindak lebih jauh dan membantu mengatasi masalah keuangan yang dihadapi keluarganya. Dalam hal ini, potensi diri memiliki pemahaman yang umumnya lugas (Wardiani *et al.*, 2018).

Menurut (Gunelius, 2011), Social Media Marketing merupakan suatu bentuk pemasaran langsung ataupun tidak langsung yang digunakan untuk membangun kesadaran, pengakuan, daya ingat, dan tindakan untuk merek, bisnis, produk, orang, atau entitas lainnya dan dilakukan dengan menggunakan alat dari web sosial seperti blogging, microblogging, social networking, social bookmarking, dan content sharing. Sedangkan menurut (Weinberg, 2009) bahwa sosial media marketing adalah sebuah proses yang mendorong individu untuk melakukan promosi melalui situs web, produk, atau layanan mereka melalui saluran sosial online dan untuk berkomunikasi dengan memanfaatkan komunitas yang jauh lebih besar yang memiliki kemungkinan lebih besar untuk melakukan pemasaran daripada melalui saluran periklanan tradisional. Media sosial telah menyebabkan perubahan yang signifikan dalam penggunaan alat dan strategi perusahaan yang berkenaan dengan komunikasi dengan pelanggan. Social media marketing juga memungkinkan perusahaan untuk mencapai pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan pelanggan untuk membangun hubungan yang lebih efektif dan efisien. Pelatihan ini dilakukan untuk ibu-ibu rumah tangga usia produktif yang tertarik tidak hanya untuk diri sendiri dan keluarga melainkan juga dijadikan usaha sampingan sebagai tambahan uang belanja. Ibu-ibu rumah tangga ada kegiatan yang bermanfaat dan bisa berbisnis di rumah yang tidak meninggalkan pekerjaannya sebagai ibu rumah tangga, mengurus anak, suami, dan rumah tangga.

Dukuh Gobayan Rt 01 Rw XI Desa Makamhaji, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo terletak di sebelah selatan Kota Surakarta. Jumlah warga RT 01 adalah sebanyak 80 KK. Jumlah penduduk sebanyak 310 jiwa dengan luas wilayah sebesar 1 ha. Kondisi ini menunjukkan bahwa wilayah RT 01 cukup padat penduduknya dan terletak di dekat jalur rel kereta api. 100 orang berprofesi sebagai ibu rumah tangga yang berusia produktif. Banyaknya jumlah ibu rumah tangga usia produktif tentu seharusnya bisa menjadi sumber peningkatan pendapatan dan kesejahteraan keluarga. Tetapi hal ini hanya bisa terjadi apabila ibu-ibu rumah tangga usia produktif di Dukuh Gobayan Rt 01 Rw XI mempunyai jalan keluar untuk menciptakan penghasilan atau pendapatan bagi mereka sendiri yang sekaligus bisa mengangkat kesejahteraan keluarga.

Sebagian besar warga Dukuh Gobayan Rt 01 Rw XI Desa Makamhaji bermata pencaharian pedagang, secara ekonomi masih dalam taraf menengah ke bawah dengan penghasilan tidak menentu. Hal ini dibuktikan dengan masih ada rumah warga yang tidak layak huni dan adanya warga miskin yang kurang mengkonsumsi makanan bergizi. Oleh karena itu perlu adanya pelatihan skill terhadap ibu-ibu rumah tangga usia produktif yang tidak bekerja untuk meningkatkan kualitas hidup mereka pada aspek pendapatan ekonomi.

Berdasarkan analisis yang dilakukan bersama mitra, maka diputuskan bersama bahwa permasalahan mitra yang menjadi prioritas adalah masih kurang optimal dalam pemberdayaan ibu-ibu rumah tangga usia produktif menemukan, mengembangkan, dan memaksimalkan potensinya guna meningkatkan motivasi dan kapasitas ibu rumah tangga. Dengan pengetahuan dan motivasi ini, diharapkan para ibu dapat bertindak lebih jauh dan membantu mengatasi masalah keuangan yang dihadapi keluarganya sehingga tertarik tidak hanya untuk diri sendiri dan keluarga melainkan juga dijadikan usaha sampingan sebagai tambahan uang belanja melalui sosialisasi kewirausahaan, pelatihan tokjah home care dan social digital marketing. Ibu-ibu rumah tangga ada kegiatan yang bermanfaat dan bisa berbisnis di rumah yang tidak meninggalkan kerjanya sebagai ibu rumah tangga, mengurus anak, suami, dan rumah tangga. untuk meningkatkan kualitas hidup mereka pada aspek pendapatan ekonomi.

Berdasarkan masalah diatas, maka kami dosen bersama dengan mahasiswa Universitas Sahid Surakarta menemukan, mengembangkan, dan memaksimalkan potensinya guna meningkatkan motivasi dan kapasitas ibu rumah tangga melalui sosialisasi kewirausahaan, mencoba menciptakan tenaga-tenaga terampil bidang kecantikan dengan harga terjangkau namun berkualitas dan mengajarkan membuat digital marketing dengan Canva untuk memasarkan perawatan kecantikan sebagai bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam bentuk pengabdian masyarakat berupa Tokjah (Totok Wajah) home care dan Digital Marketing. Diberi nama Tokjah Home Care karena tidak harus memiliki salon untuk bisa melakukan totok wajah, bisa dilakukan di rumah.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini melalui 4 tahapan besar, yaitu perencanaan, persiapan, pelaksanaan dan evaluasi yang nantinya juga akan diuraikan menjadi berbagai macam tahapan lagi, seperti wawancara dengan perangkat desa dan warga.



Gambar 3. Alur Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat.

Penjelasan mengenai tahapan metode pelaksanaan diuraikan lebih lanjut sebagai berikut :

Tahap Perencanaan

Tahapan perencanaan dilakukan dengan pembentukan tim yang terdiri atas 2 orang dosen dan 6 orang mahasiswa. Kemudian menganalisa permasalahan yang terjadi di masyarakat. Selanjutnya menyamakan interpretasi terhadap suatu permasalahan yang nantinya akan diangkat menjadi topik utama dalam program Pengabdian Masyarakat.

Tahap Persiapan

Ada beberapa kegiatan yang dilakukan pada tahap ini yaitu: (a) melakukan survei lapangan ke lokasi mitra untuk melihat kondisi mitra secara detail. Kemudian melakukan proses wawancara dan diskusi dengan pihak mitra untuk identifikasi permasalahan, (b) melakukan koordinasi dengan mitra dan tim pelaksana, dengan melakukan identifikasi masalah yang dilakukan sebagai langkah awal untuk merumuskan apa saja yang akan dijadikan bahan untuk perancangan sistem dan

materi yang digunakan untuk pelatihan dengan mitra, (c) melakukan perizinan dan penyampaian kegiatan pada LPPM Universitas Sahid Surakarta, dan (d) melakukan pengumpulan data-data yang terkait dan dibutuhkan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini. Salah satunya kegiatan ini juga bertujuan untuk mengakrabkan diri dengan ibu-ibu rumah tangga Dukuh Gobayan.

Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dilakukan selama 1 hari, terdiri dari beberapa bagian sebagai berikut :

1. Sosialisasi Kewirausahaan

Pembukaan dan Penyerahan Alat Bahan sebagai modal bisnis kepada Bu RT dilakukan secara luring atau offline dengan mengedepankan protokol kesehatan. Kemudian dilanjutkan dengan mendengarkan pemaparan singkat dari Prima Prihatini tentang sosialisasi kewirausahaan berupa penjelasan Business Model Canvas atau BMC yang terdiri dari : segmentasi konsumen, proporsisi nilai konsumen, saluran, hubungan konsumen, sumber pendapatan, sdm, aktivitas, Kerjasama, dan biaya. Peserta diajarkan membuat Business Model Canvas untuk bisnis toko wajah mereka. Dilanjutkan Materi social digital marketing oleh Hardika Khusnuliawati sambil mahasiswa membagikan bahan sekaligus dijelaskan apa saja fungsi dan kegunaan alat bahan yang dibagikan. Aktivitas peserta meliputi peserta pelatihan mendengarkan dan memperhatikan hal-hal yang disampaikan oleh narasumber, peserta pelatihan menyampaikan pertanyaan kepada narasumber tentang hal-hal yang belum ia ketahui, peserta pelatihan menyiapkan bahan untuk pelatihan toko wajah dan social digital marketing, peserta pelatihan memperhatikan demonstrasi toko wajah dan social digital marketing oleh narasumber.

2. Workshop / Pelatihan

Metode yang digunakan pada pelatihan berupa simulasi dan praktik secara langsung agar mudah dipahami oleh ibu-ibu rumah tangga Dukuh Gobayan.

3. Pendampingan

Pendampingan adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang yang bersifat konsultatif, interaktif, komunikatif, motivatif, dan negosiatif (Rahayu & Firmansyah, 2019). Pendampingan ibu-ibu rumah tangga Dukuh Gobayan praktek toko wajah secara berkelompok dan praktek pelatihan social digital marketing dengan Canva untuk mengantisipasi kesulitan yang dialami peserta dan memastikan peserta mampu mempraktekkan toko wajah dan social digital marketing dengan Canva yang disampaikan dalam video pembelajaran, selain itu juga untuk memonitoring progress atau kemajuan ibu-ibu rumah tangga yang menjadi sasaran peserta pengabdian masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan pada Hari Sabtu, 15 Juli 2023 di Dukuh Gobayan Rt 01 Rw XI Desa Makamhaji Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo dengan memberikan materi dan demonstrasi, pembagian angket. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi dengan instrumen berupa lembar observasi untuk keterlaksanaan pelatihan keterampilan toko wajah dan social digital marketing dengan Canva, aktivitas peserta pelatihan keterampilan toko wajah dan social digital marketing dengan Canva, hasil keterampilan peserta pelatihan keterampilan toko wajah dan social digital marketing dengan Canva. Metode angket dengan lembar angket untuk respon peserta terhadap pelatihan keterampilan toko wajah dan social digital marketing dengan Canva. Observer dari penelitian ini dilakukan oleh mahasiswa yaitu 2 orang observer untuk mengamati keterlaksanaan pengelolaan pelatihan, 2 orang observer mengamati aktifitas peserta, dan 4 orang observer menilai hasil praktek Ibu-Ibu rumah tangga Dukuh Gobayan Rt 01 Rw XI Desa Makamhaji dalam pelatihan yang sudah dibagi menjadi 3 kelompok, masing-masing kelompok terdapat 4 orang dengan berpasangan saat praktek. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, tes kinerja, dan angket. Teknik analisis data yang digunakan berupa rata-rata (mean) dan persentase untuk keterlaksanaan, rata-rata nilai hasil belajar klasikal untuk hasil praktik peserta, persentase untuk aktivitas peserta dan respon peserta.

1. Hasil Keterlaksanaan Sosialisasi Kewirausahaan dan Pelatihan

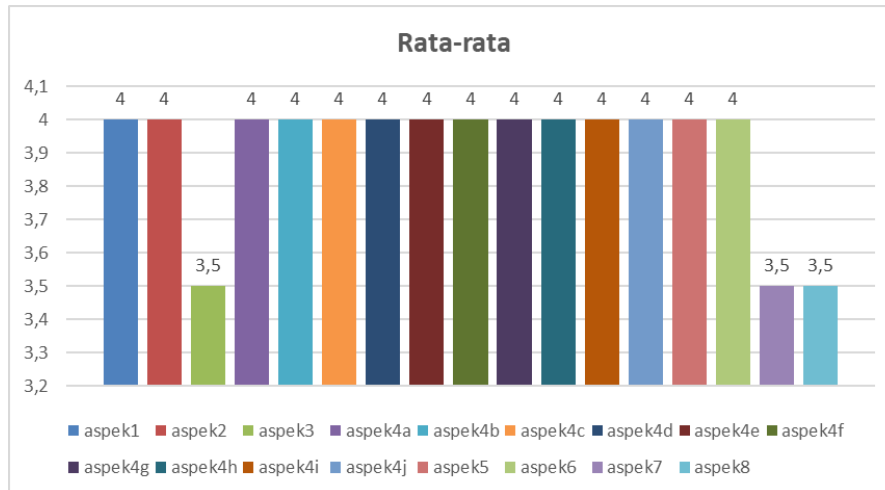


Diagram 1. Hasil keterlaksanaan sosialisasi kewirausahaan dan pelatihan

Data keterlaksanaan sosialisasi kewirausahaan, pelatihan keterampilan tokoh wajah dan social digital marketing dengan Canva dinilai oleh dua observer untuk mengamati pelaksanaan pelatihan. Hasil rata-rata dari keterlaksanaan pengelolaan pelatihan setiap aspek dapat diamati pada diagram di atas.

Keterangan :

Dalam keterlaksanaan pelatihan kegiatan belajar mengajar menggunakan metode demonstrasi dan menggunakan media power point serta menggunakan handout sebagai perangkat pembelajaran memperoleh rata-rata keseluruhan 3,91 dengan kriteria sangat baik. Data hasil keterlaksanaan pelatihan terdiri 17 aspek dengan rata-rata penilaiannya, yaitu :

- a. Aspek 1 : mengatur tempat duduk peserta pelatihan mendapatkan nilai rata-rata 4.
- b. Aspek 2 : Menyampaikan tujuan dari sosialisasi kewirausahaan, pelatihan keterampilan tokoh wajah dan social digital marketing dengan Canva mendapatkan nilai rata-rata 4.
- c. Aspek 3 : Memperhatikan pelatih menyampaikan materi tentang sosialisasi kewirausahaan, pelatihan Canva dan ketrampilan tokoh wajah mendapatkan nilai rata-rata 3,5.
- d. Aspek 4a : Melakukan persiapan alat, bahan, aplikasi canva mendapatkan nilai rata-rata 4.
- e. Aspek 4b : Membasahi wajah dengan handuk basah yg hangat mendapatkan nilai rata-rata 4.
- f. Aspek 4c : Mengolesi minyak zaitun pada wajah mendapatkan nilai rata-rata 4.
- g. Aspek 4d : Melakukan pemijatan ringan dari area tengah dahi dengan arah melingkar hingga sampai bagian pelipis mendapatkan nilai rata-rata 4.
- h. Aspek 4e : Melakukan pemijatan ringan di sekitar kedua mata mendapatkan nilai rata-rata 4.
- i. Aspek 4f : Melakukan pemijatan ringan di sekitar hidung mendapatkan nilai rata-rata 4
- j. Aspek 4g : Melakukan pemijatan ringan di sekitar kedua pipi mendapatkan nilai rata-rata 4
- k. Aspek 4h : Melakukan pemijatan ringan di sekitar dagu mendapatkan nilai rata-rata 4
- l. Aspek 4i : Melakukan pemijatan ringan di sekitar leher mendapatkan nilai rata-rata 4
- m. Aspek 4j : Membersihkan wajah untuk membersihkan wajah dari sisa minyak yang menempel di wajah mendapatkan nilai rata-rata 4
- n. Aspek 5 : Membuat desain Canva sesuai dengan contoh mendapatkan nilai rata-rata 4.
- o. Aspek 6 : Membuat business model canvas sesuai arahan narasumber mendapatkan nilai rata-rata 4.
- p. Aspek 7 : Membimbing peserta dalam melakukan praktik Canva dan tokoh wajah mendapatkan nilai rata-rata 3,5.
- q. Aspek 8 : Melakukan evaluasi dan kesimpulan hasil latihan praktik Canva dan tokoh wajah mendapatkan nilai rata-rata 3,5.

Berhasil atau tidaknya program pelatihan akan sangat bergantung kepada pelatih sehingga pelatihan akan menghasilkan tindakan yang dapat diulang-ulang dan dapat mengakibatkan motivasi diri untuk perbaikan lebih lanjut melalui latihan-

latihan yang lebih maju, menurut teori Dessler (2016:216). Pada diagram 1 menunjukkan bahwa keterlaksanaan pelatihan secara keseluruhan memiliki mean keseluruhan 3,75 dengan kriteria rata-rata 3,5 hingga 4, nilai tersebut didapat dari dua observer sehingga dikategorikan baik hingga sangat baik. Keterlaksanaan pelatihan didapatkan hasil paling rendah dengan rata-rata 3,5 pada aspek 3, aspek 7, dan aspek 8 yaitu pada aspek 3 adalah pelatih menyampaikan materi tentang sosialisasi kewirausahaan, pelatihan Canva dan ketrampilan totok wajah, pada aspek 7 adalah pelatih Membimbing peserta dalam melakukan praktik Canva dan totok wajah, dan aspek 8 pelatih Melakukan evaluasi dan kesimpulan hasil latihan praktik Canva dan totok wajah.

Hal ini dikarenakan pada saat bimbingan latihan totok wajah dan social digital marketing dengan Canva terhadap beberapa peserta baru mengerti tentang totok wajah dan Canva, sehingga dibutuhkan pengelolaan yang lebih maksimal, hasilnya lebih sistematis dan lebih jelas. Sedangkan nilai paling tinggi dengan rata-rata 4 terdapat pada aspek 1, aspek 2, aspek 4a sampai dengan aspek 4j, aspek 5, dan aspek 6. Pada aspek 1 dan 2 adalah kegiatan pembukaan demonstrasi, hal ini pelatih mengatur tempat duduk dan menyampaikan tujuan pelatihan, sehingga peserta dapat memperhatikan dengan jelas apa yang disampaikan oleh pelatih. Aspek 4a sampai dengan aspek 4j adalah mendemonstrasikan cara totok wajah secara sistematis dan jelas, sehingga peserta mudah memahami secara langsung. Menurut Syaiful (2008:210) metode demonstrasi adalah pertunjukkan tentang proses terjadinya suatu peristiwa atau benda yang dicontohkan agar dapat diketahui dan dipahami oleh peserta secara nyata. Pada aspek 5 adalah pelatih membuat desain Canva sesuai dengan contoh, dan pada aspek 6 adalah pelatih membuat business model canvas.

Berdasarkan nilai skor keterlaksanaan pelatihan diatas, dapat disimpulkan bahwa keterlaksanaan pelatihan yang baik adalah jika pelatih memberikan materi menggunakan media power point, dan pada tahap mendemontrasikkan dijabarkan dengan sistematis dan jelas. Nilai rata-rata pada aspek kesatu yaitu aspek persiapan, Meliputi: Memberikan motivasi dan menyampaikan tujuan pelatihan. Serta nilai rata-rata pada aspek kedua yaitu aspek penyampaian materi kewirausahaan, totok wajah, Canva dengan media power point. Kedua aspek mencapai kategori baik, yang artinya Pelatih sudah melaksanakan persiapan dan penyampaian materi yang baik kepada peserta pelatihan.

2. Hasil Aktivitas Peserta Pelatihan

Hasil aktivitas peserta pada saat mengikuti sosialisasi kewirausahaan dan keterampilan totok wajah dan social digital marketing dengan Canva langsung dinilai oleh dua observer untuk mengamati aktivitas peserta dan memperoleh rata-rata keseluruhan 93% dengan kriteria sangat aktif, dapat diamati pada Diagram dibawah ini.

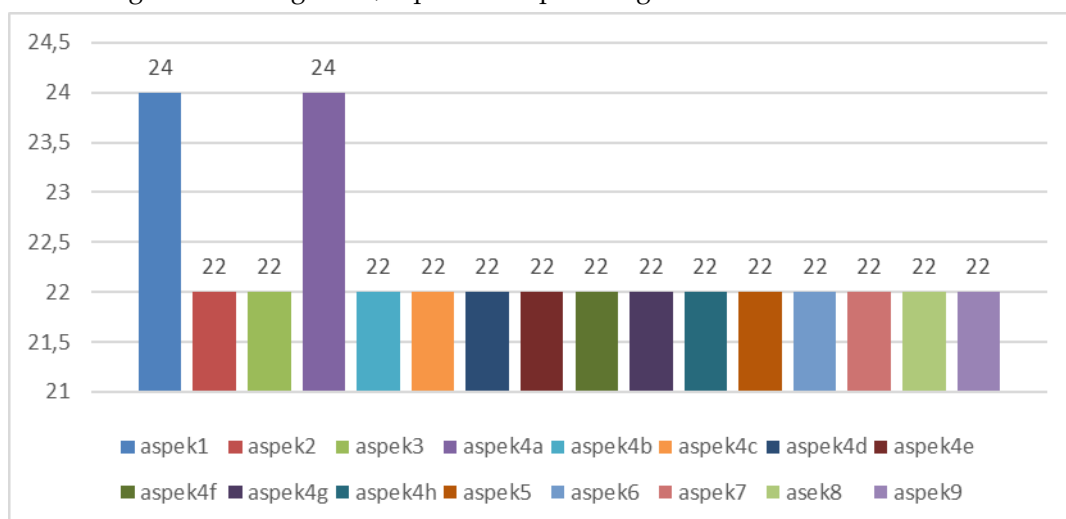


Diagram 2. Hasil aktifitas peserta pelatihan

Keterangan:

Data hasil aktivitas 12 peserta pelatihan terdiri dari 18 aspek dengan hasil presentasinya, yaitu :

- a. Aspek 1 : Peserta memperhatikan pelatih menyampaikan materi tentang sosialisasi kewirausahaan, pelatihan Canva dan ketrampilan totok wajah mendapatkan total nilai 24 dengan presentase 100%

- b. Aspek 2 : Peserta memperhatikan pelatih mendemonstrasikan pembuatan canva mendapatkan total nilai 22 dengan presentase 92%
- c. Aspek 3 : Peserta memperhatikan pelatih mendemonstrasikan ketrampilan totok wajah mendapatkan total nilai 22 dengan presentase 92%
- d. Aspek 4a : Peserta melakukan persiapan alat, bahan, aplikasi canva untuk pelatihan canva dan ketrampilan totok wajah mendapatkan total nilai 24 dengan presentase 100%
- e. Aspek 4b : Peserta membasahi wajah dengan handuk basah yg hangat mendapatkan total nilai 22 dengan presentase 92%
- f. Aspek 4c : Peserta mengolesi minyak zaitun pada wajah mendapatkan total nilai 22 dengan presentase 92%.
- g. Aspek 4d : Peserta memulai melakukan pemijatan ringan dari area tengah dahi dengan arah melingkar hingga sampai bagian pelipis mendapatkan total nilai 22 dengan presentase 92%.
- h. Aspek 4e : Peserta melakukan pemijatan ringan di sekitar kedua mata mendapatkan total nilai 22 dengan presentase 92%.
- i. Aspek 4f : Peserta melakukan pemijatan ringan di sekitar hidung mendapatkan total nilai 22 dengan presentase 92%
- j. Aspek 4g : Peserta melakukan pemijatan ringan di sekitar kedua pipi mendapatkan total nilai 22 dengan presentase 92%
- k. Aspek 4h : Peserta melakukan pemijatan ringan di sekitar dagu mendapatkan total nilai 22 dengan presentase 92%
- l. Aspek 4i : Peserta melakukan pemijatan ringan di sekitar leher mendapatkan total nilai 22 dengan presentase 92%
- m. Aspek 4h : Setelah wajah selesai ditotok, peserta membersihkan wajah untuk membersihkan wajah dari sisa minyak yang menempel di wajah mendapatkan total nilai 22 dengan presentase 92%
- n. Aspek 5 : Peserta bisa membuat desain Canva sesuai dengan contoh mendapatkan total nilai 22 dengan presentase 92%.
- o. Aspek 6 : Peserta bisa membuat business model canvas sesuai arahan narasumber mendapatkan total nilai 22 dengan presentase 92%.
- p. Aspek 7 : Peserta bisa membuat business model canvas sesuai arahan narasumber mendapatkan total nilai 22 dengan presentase 92%.
- q. Aspek 8 : Pelatih mampu membimbing peserta dalam melakukan praktik Canva dan totok wajah mendapatkan total nilai 22 dengan presentase 92%.
- r. Aspek 9 : Pelatih mampu Melakukan evaluasi dan kesimpulan hasil latihan praktik Canva dan totok wajah mendapatkan total nilai 22 dengan presentase 92%.

Aktivitas adalah kegiatan atau keaktifan menurut Mulyono (2001 : 26). Aktivitas peserta pelatihan diamati oleh dua observer. Pada diagram 2 menunjukkan bahwa aktivitas seluruh peserta saat mengikuti pelatihan memperoleh 92%-100%. Sehingga didapatkan rata-rata nilai persentase tertinggi yaitu 93% dan dapat dikategorikan sangat baik. Peserta yang memiliki nilai persentase 92% sebanyak 10 orang. Hal ini berdasarkan pengamatan dari aspek 2, aspek 3, aspek 4b sampai dengan 4h, aspek 7, aspek 8, aspek 9. Pada aspek 2 dan aspek 3 yaitu peserta melakukan kegiatan aktivitas auditor dengan memperhatikan pelatih mendemonstrasikan pembuatan canva dan ketrampilan totok wajah mendapatkan total nilai 22 dengan presentase 92%. Hal ini dikarenakan peserta yang kurang memperhatikan dan kurang memahami dalam pelaksanaan pelatihan. Menurut Zulfikri (2008 : 6) Listening activities adalah yang berhubungan dengan kemampuan peserta dalam berkonsentrasi dan menyimak pelatihan. Pada aspek 4a adalah peserta melakukan aktivitas auditori peserta menyiapkan alat, bahan, aplikasi canva mendapatkan total nilai 22 dengan presentase 92%. Hal ini dikarenakan dalam praktek peserta kurang memahami alat, bahan, aplikasi canva yang digunakan dalam pelatihan totok wajah dan Canva. Pada aspek 4b sampai dengan aspek 4h adalah melakukan praktik cara totok wajah secara sistematis dan jelas mendapatkan total nilai 22 dengan presentase 92%. Hal ini dikarenakan peserta belum pernah mendapatkan pelatihan mengenai totok wajah sama sekali dan belum pernah mencoba memijat dan mentotok area wajah. Peserta yang memiliki persentase 100% sebanyak 2 orang. Hal ini berdasarkan pengamatan dari peserta melakukan aktivitas yang terdapat pada

aspek 1, aspek 4a. Pada aspek 1 yaitu peserta memperhatikan pelatih menyampaikan materi materi tentang sosialisasi kewirausahaan, pelatihan Canva dan ketrampilan totok wajah. Pada aspek 4a yaitu melakukan persiapan alat, bahan, aplikasi canva untuk pelatihan canva dan ketrampilan totok wajah. Aktivitas peserta pelatihan dikatakan aktif sesuai dengan penelitian Chintya T (2015) yaitu peserta melakukan langkah demi langkah, mulai dari memperhatikan penjelelasan materi dari media power point, hand out, dan memperhatikan metode demonstrasi, melakukan praktik, hingga mengevaluasi hasil praktik bersama pelatih. Sardiman (2018:22) dalam Chintya T, menyatakan bahwa aktivitas belajar merupakan segala kegiatan yang dilakukan dalam proses interaksi antara pelatih dan peserta dalam rangka mencapai tujuan belajar Berdasarkan penilaian aktivitas peserta pelatihan diatas dapat disimpulkan bahwa aktivitas peserta pelatihan yang baik adalah peserta melakukan kegiatan memperhatikan dan praktik keterampilan secara bersama-sama.

3. Hasil Praktik Keterampilan Peserta Pelatihan

Data hasil praktik keterampilan totok wajah dan social digital marketing dengan Canva dari peserta digunakan untuk melihat keberhasilan pelatihan keterampilan totok wajah dan social digital marketing dengan Canva. Adapun hasil yang diamati adalah meliputi data hasil ketuntasan belajar secara individual. Data hasil penilaian diperoleh berdasarkan pengamatan 4 observer dan pelatih terhadap 12 orang peserta yang dibagi menjadi 3 kelompok, masing-masing kelompok terdapat 4 orang peserta secara berpasangan. Data hasil praktik peserta pelatihan dengan ketuntasan belajar secara individual adalah sebagai berikut

Tabel I. Data Peserta Pelatihan dan Hasil Ketuntasan Belajar Secara Individual

No	Nama Peserta	Usia	Nilai	Ketuntasan
1	Martuti	39 tahun	8,9	Tuntas
2	Sri Rahayu	36 tahun	9,2	Tuntas
3	Parini	38 tahun	8,8	Tuntas
4	Warismi	40 tahun	9,0	Tuntas
5	Eri Retnowati	37 tahun	8,8	Tuntas
6	Fitria Mareta Sari	30 tahun	9,2	Tuntas
7	Sri Nuryaningsih	38 tahun	8,7	Tuntas
8	Sri Mulyati	36 tahun	8,5	Tuntas
9	Lina	39 tahun	8,7	Tuntas
10	Annis	39 tahun	8,9	Tuntas
11	Zullaichah	37 tahun	8,6	Tuntas
12	Wulandari	35 tahun	8,9	Tuntas

Tabel diatas merupakan ketuntasan belajar secara individual. Hasil yang diperoleh dari penilaian tersebut menunjukkan ketuntasan peserta praktik memperoleh 100% dari jumlah peserta seluruhnya.

Hasil pelatihan diperoleh dari peserta pelatihan yang sedang belajar dalam proses pelatihan. Dapat dikatakan belajar jika terjadi proses perubahan tingkah laku yang diperoleh dari pengalaman, melalui proses stimulus respon, dan melalui aktivitas individu. Hasil data praktik ketrampilan totok wajah dilihat dengan ketuntasan belajar secara individual dikatakan tuntas jika peserta mencapai nilai ≥ 70 sesuai dengan ketentuan pelatih atau ditentukan oleh pelatih sendiri apabila peserta dari pendidikan nonformal atau organisasi masyarakat sesuai dengan teori Trianto (2010 : 240). Sehingga dapat disimpulkan peserta atau Ibu-ibu rumah tangga dikatakan tuntas apabila dalam kegiatan tersebut seluruh peserta tuntas sesuai dengan standar ketuntasan minimal ≥ 70 . Pada tabel 1 menunjukkan bahwa hasil data praktik ketrampilan totok wajah dilihat dari ketuntaasan belajar secara individual mendapatkan rentang nilai dengan rata-rata 88,5 dengan kriteria sangat baik yaitu seluruh peserta pelatihan memiliki nilai tuntas dengan nilai 85 hingga 92 sesuai dengan nilai ketentuan pelatih yakni ≥ 70 dan dapat dikatakan tuntas. Dikarenakan seluruh peserta dalam pelatihan tersebut telah tuntas belajar secara keseluruhan dengan nilai ≥ 70 dan dapat dikategorikan sangat tinggi.

4. Hasil Respon Peserta Pelatihan

Data hasil angket respon peserta sosialisasi kewirausahaan, pelatihan keterampilan totok wajah dan social digital marketing dengan Canva digunakan untuk melihat tingkat pengalaman subjektifitas responden setelah mengikuti sosialisasi kewirausahaan, pelatihan keterampilan totok wajah dan social digital marketing dengan Canva. 12 peserta mengisi angket

yang diberikan dengan menjawab “Ya” atau “Tidak”. Pernyataan “Ya” menyatakan respon positif, sedangkan pernyataan “Tidak” menyatakan respon negatif. Berikut penyajian data respon peserta pada diagram di bawah ini:

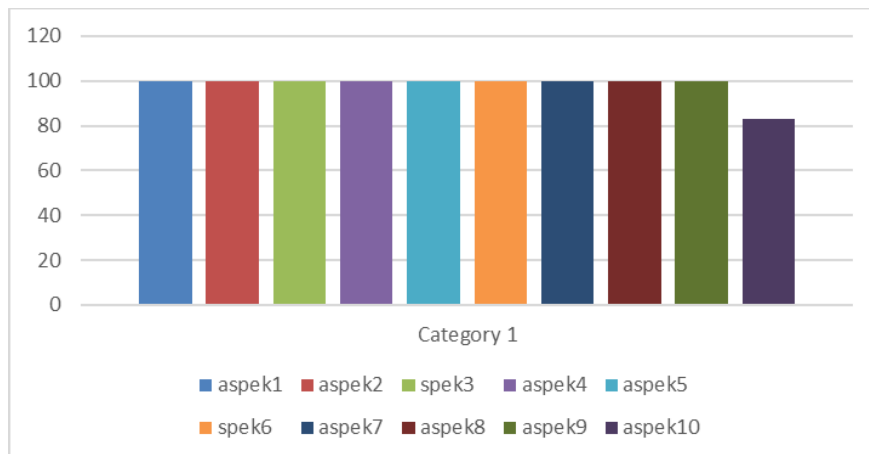


Diagram 3. Respon peserta pelatihan

Keterangan:

Hasil respon peserta sebanyak 12 orang, menjawab “Ya” dan “Tidak” terhadap 10 aspek yang diamati antara lain :

- Aspek 1: Menunjukkan pernyataan senang mengikuti sosialisasi kewirausahaan, pelatihan Canva dan ketrampilan totok wajah memperoleh persentase 100%.
- Aspek 2: Menunjukkan pernyataan sosialisasi kewirausahaan, pelatihan Canva dan ketrampilan totok wajah sangat bermanfaat dan memperoleh persentase 100%.
- Aspek 3: Menunjukkan pernyataan sosialisasi dan pelatihan yang diberikan mudah dipahami dan dapat dipraktekkan sendiri memperoleh persentase 100%.
- Aspek 4: Menunjukkan pernyataan sosialisasi dan demonstrasi yang dilakukan oleh pelatih mudah dipahami memperoleh persentase 100%.
- Aspek 5: Menunjukkan pernyataan sosialisasi kewirausahaan dapat meningkatkan motivasi berwirausaha memperoleh persentase 100%.
- Aspek 6: Menunjukkan pernyataan pelatihan Canva dapat meningkatkan keterampilan promosi melalui medsos memperoleh persentase 100%.
- Aspek 7: Menunjukkan pernyataan pelatihan totok wajah dapat meningkatkan keterampilan perawatan kecantikan dan kesehatan wajah memperoleh persentase 100%.
- Aspek 8: Menunjukkan pernyataan Hand out yang diberikan mudah dipahami memperoleh persentase 100%.
- Aspek 9: Menunjukkan pernyataan video yang diberikan mudah dipahami memperoleh persentase 100%.
- Aspek 10: Menunjukkan pernyataan bahan totok wajah mudah didapat dipasaran memperoleh persentase 83%.

Angket tanggapan peserta ini adalah terdiri dari beberapa pilihan jawaban yang sesuai dengan tanggapan peserta terhadap sosialisasi kewirausahaan, pelatihan keterampilan totok wajah dan social digital marketing dengan Canva yang pelatih terapkan saat pelatihan. Angket tanggapan peserta ini diberikan pada akhir kegiatan pelatihan dengan memberi tanda centang pada pilihan yang pelatih siapkan yaitu “Ya” atau “Tidak”. Berdasarkan diagram 3 terdapat angket respon yang memiliki 10 pertanyaan yang harus ditanggapi oleh peserta pelatihan. Pada aspek 1 hingga aspek 9 semua peserta menjawab “Ya” sehingga persentase penilaian menjadi 100% dan menunjukkan bahwa peserta pelatihan menanggapi sangat baik dan meminta diadakannya sosialisasi kewirausahaan, pelatihan keterampilan totok wajah dan social digital marketing dengan Canva setiap bulan bagi Ibu-ibu rumah tangga, sehingga termasuk dalam kategori sangat baik. Akan tetapi pada aspek 10 menunjukkan bahwa 10 peserta menjawab “Ya” dan 2 peserta menjawab “Tidak” pada pernyataan bahwa bahan totok wajah mudah didapat di pasaran. Hal ini dikarenakan Ibu-ibu rumah tangga kurang mengetahui tentang minyak zaitun untuk pijat yang ada di pasaran dan jarang membelinya, mereka mengetahui kalau minyak zaitun untuk diminum. Hasil respon peserta secara keseluruhan menunjukkan 98,3% dari seluruh peserta sosialisasi

kewirausahaan, pelatihan keterampilan totok wajah dan social digital marketing dengan Canva sehingga berdasarkan respon tersebut dapat disimpulkan bahwa respon peserta dalam mengikuti sosialisasi kewirausahaan, pelatihan keterampilan totok wajah dan social digital marketing dengan Canva termasuk kriteria sangat baik. Menurut (Rivai : 2010) untuk memverifikasi keberhasilan suatu program, para instruktur meminta agar kegiatan pelatihan dan pengembangan dievaluasi secara sistematis, termasuk pengelolaan dalam pelatihan.



Gambar 4. Foto Bersama peserta



Gambar 5. Pemberian modal bisnis



Gambar 8. Handout MBS



Gambar 6. Sosialisasi Kewirausahaan

KESIMPULAN

Simpulan Berdasarkan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Keterlaksanaan Pelatihan Keterlaksanaan sosialisasi kewirausahaan, pelatihan keterampilan totok wajah dan social digital marketing dengan Canva untuk peserta dengan menggunakan metode demonstrasi memperoleh rata-rata 3,91 dengan kriteria sangat baik.
2. Aktivitas Peserta sosialisasi kewirausahaan, pelatihan keterampilan totok wajah dan social digital marketing dengan Canva memperoleh hasil secara keseluruhan 93% dengan kriteria sangat baik.
3. Hasil sosialisasi kewirausahaan, pelatihan keterampilan totok wajah dan social digital marketing dengan Canva seluruh peserta menunjukkan ketuntasan secara individual mendapatkan rentang nilai dengan rata-rata 88,5 dengan kriteria sangat baik.
4. Respon Peserta sosialisasi kewirausahaan, pelatihan keterampilan totok wajah dan social digital marketing dengan Canva memperoleh 98,3% dengan kriteria sangat baik terhadap penggunaan media pelatihan dan kegiatan sosialisasi kewirausahaan, pelatihan keterampilan totok wajah dan social digital marketing dengan Canva.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat dalam pengabdian masyarakat ini.

REFERENSI

- Anton, M, Mulyono. (2001). *Aktivitas Belajar*. Bandung: Yrama
- Aulia, R. & Kusumastuti, R. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Bidang Pendidikan, Kewirausahaan, dan Lingkungan di Kampung Parumasan Kota Serang. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(1), 71-84. <https://doi.org/10.37680/amalee.v3i1.1349>
- Chintya, Irine. (2015). "Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Sistem Pengendalian Intern Pemerintah Terhadap Kinerja Instansi Pemerintah Di Kota Solok". Solok: Universitas Negeri Padang
- Dessler, Gery. (2016). *Management Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT.Indeks.
- Endah, K. (2020). Pemberdayaan Masyarakat: Menggali Potensi Lokal Desa. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6(1),135-143. <http://dx.doi.org/10.25157/moderat.v6i1.3319>
- Fajrillah, F., Purba, S., Sirait, S., Sudarso, A., Sugianto, S., Sudirman, A., Febrianty, F., Hasibuan, A., Julyanthry, J., & Simarmata, J. (n.d.). SMART ENTREPRENEURSHIP: Peluang Bisnis Kreatif & Inovatif di Era Digital.
- Gunelius, Susan. (2016). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies. Harjanto, Rudi. 2009. *Prinsip-Prinsip Periklanan*. Jakarta
- Hadiyati, Ernani. (2011). Kreatifitas dan Inovasi berpengaruh terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 13(1). Hal. 8-16.
- Herefa, A. & Siadari, E. E. (2016). *The Ciputra's Way : Praktik Terbaik Menjadi Enterpreneur Sejati*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Hidayat, A, Asep.(2019). *Khazanah Terapi Komplimenter Alternatif* , Bandung : Nuansa Cendekia
- Husadha, C., Meutia, K. I., & Narpati, B. (2019). Pelatihan Kewirausahaan Dan Kerajinan Tangan Di Rumah Yatim Bekasi. *Jurnal AbdiMas UBJ*, 141²153. <http://jurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/jabdimas/article/view/548>
- Margahana, H.& Triyanto, E. (2019). Membangun Tradisi Entrepreneurship Pada Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Edunomika(JIE)*, 3(2), 300-309. <http://dx.doi.org/10.29040/jie.v3i02.497>
- Priyatna, A., Subekti, M., & Racman, I. (2017). Ekofeminism dan Gerakan perempuan di Bandung. *Patanjala : Jurnal Penelitian Sejarah dan Budaya*, 9(3), 439-454. <http://dx.doi.org/10.30959/patanjala.v9i3.5>
- Rahayu, G. D. S., & Firmansyah, D. (2019). Pengembangan Pembelajaran Inovatif Berbasis Pendampingan Bagi Guru Sekolah Dasar. *Abdimas Siliwangi*, 1(1), 17-25
- Rivai, Veithzal dan Sagala, Ella Jauvani. (2010). *Manajemen Sumber Daya. Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke Praktik*. Jakarta: PT Raja. Grafindo
- Sukanta, Putu Oka.(2008). *Pijit Wajah Untuk Kecantikan dan Kesehatan*, Jakarta : Penebar Plus
- Syaiful, Sagala. (2008). *Konsep dan Makna Pembelajaran Kreatif & Inovatif*. Jakarta : AV Publisber.
- Trianto.(2010). *Mendisain Model Pembelajaran InovatifProgresif*. Jakarta: Pustaka Publisher.
- Vulanda, dan Suzana.(2012). *Tips Simple Cantik Awet Muda dan Sehat Dengan Herbal*. Jogjakarta: Javalitera

- Wardiani, S. R., Intan, T., & Subekti, M. (2018). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Untuk Peningkatan Ekonomi Keluarga Di Kecamatan Patokbeusi – Subang. *Dharmakarya*, 7(4), 221-227. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v7i4.11922>
- Weinberg, T. (2019). *The New Community Rules : Marketing on the Social Web*. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc
- Widuseno, I. & Sudarsih, S. (2022). Pemberdayaan Potensi Kewirausahaan Kerajinan Tas Berbahan Limbah Plastik Kemasan Minuman Bagi Warga Terdampak Pandemi Covid - 19 Di Kota Semarang (Suatu Upaya Mencapai Tujuan SDGs 1). *Harmoni: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 165-175. <https://doi.org/10.14710/hm.6.1.165-175>
- Endah, K. (2020). Pemberdayaan Masyarakat: Menggali Potensi Lokal Desa. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6(1),135–143. <http://dx.doi.org/10.25157/moderat.v6i1.3319>
- Zulfikri.(2008). *Sekolah untuk Kehidupan*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Gafiti