

## Pembuatan *Website* Promosi Produk pada Toko Keripik Kartika

Tirsa Ninia Lina<sup>1</sup>, Matheus Supriyanto Rumetna<sup>2\*</sup>, Wiesje Ferdinandus<sup>3</sup>, Jalminj Tindage<sup>4</sup>, Habel S.J. Rieuwpassa<sup>5</sup>

<sup>1,2\*</sup>Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Victory Sorong, Kota Sorong, Indonesia

<sup>3</sup>Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Victory Sorong, Kota Sorong, Indonesia

<sup>4</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Victory Sorong, Kota Sorong, Indonesia

<sup>5</sup>STAK Mesias Sorong, Kota Sorong, Indonesia

Email: <sup>1</sup>tirsawp@gmail.com, <sup>2\*</sup>matheus.rumetna@gmail.com, <sup>3</sup>wiesje220965@gmail.com,

<sup>4</sup>jalminj@unvicsorong.ac.id, <sup>5</sup>habel.sj.rieuwpassa@gmail.com

### Abstract

*Kartika Chips is a business in the form of a shop engaged in the sale of snack products, specifically chips. This shop does not only sell one product but several products, including taro chips with three flavors, soleh banana chips, original banana chips and breadfruit chips, this shop takes selected raw materials and also does not use preservatives which makes the products in this shop very high quality. The owner and founder of the Kartika Chips business is Mr. Suparlan. So far, Mr. Suparlan admits that, for promotion related to the place of business and the products being sold, it is still lacking, so there are still many people who do not know about the Kartika Chips shop and the products being sold. Therefore, motivation arose from the Community Service Team (PkM) of the Victory Sorong University Information Systems Study Program to help the Kartika Chips store in terms of promotion. With the help of promotion, products from the Kartika Chips shop are better known by many people and can cover a wider market, because promotions are carried out digitally, namely using the website as a promotional tool and media. After the team did an evaluation, there were no problems with the results of partner satisfaction with this product promotion website.*

**Keywords:** *Keripik Kartika, Website, Promotion Product, Marketing*

### Abstrak

Keripik Kartika merupakan usaha dalam bentuk toko yang bergerak di bidang penjualan produk makanan ringan lebih spesifik keripik, toko ini tidak hanya menjual satu produk saja melainkan beberapa produk antara lain keripik keladi dengan tiga varian rasa, keripik pisang soleh, keripik pisang original serta keripik sukun, toko ini mengambil bahan-bahan baku pilihan dan juga tidak menggunakan bahan pengawet yang membuat produk-produk di toko ini sangat berkualitas. Pemilik sekaligus pendiri tempat usah Keripik Kartika adalah Bapak Suparlan. Selama ini Bapak Suparlan mengakui bahwa, untuk promosi terkait tempat usaha serta produk-produk yang dijual, masih kurang, sehingga masih banyak orang yang belum mengetahui toko Keripik Kartika serta produk-produk yang dijual. Oleh karena itu, timbulah motivasi dari tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Program Studi Sistem Informasi Universitas Victory Sorong untuk membantu toko Keripik Kartika dalam hal promosi. Dengan adanya bantuan promosi, produk-produk dari toko Keripik Kartika lebih dikenal banyak orang serta dapat mencakup pasar yang lebih luas lagi, karena promosi yang dilakukan berbasis digital yaitu pemanfaatan *website* sebagai sarana dan media promosi. Setelah tim melakukan evaluasi, tidak terjadi masalah pada hasil kepuasan mitra terhadap *website* promosi produk ini.

**Kata Kunci:** *Keripik Kartika, Website, Promosi Produk, Marketing*

### A. PENDAHULUAN

Keripik Kartika merupakan usaha dalam bentuk toko yang bergerak di bidang penjualan produk makanan ringan lebih spesifik keripik, toko ini tidak hanya menjual satu produk saja melainkan beberapa produk antara lain keripik keladi dengan tiga varian rasa, keripik pisang soleh, keripik pisang original serta keripik sukun, toko ini mengambil bahan-bahan baku pilihan dan juga tidak menggunakan bahan pengawet yang

membuat produk-produk di toko ini sangat berkualitas (Rumetna, Lina, Joseph, et al., 2021). Toko Keripik Kartika beroperasi dari hari senin hingga minggu atau setiap hari, mulai pukul 08.00 WIT hingga pukul 21.00 WIT.

Toko Keripik Kartika merupakan cabang atau pemekaran dari Keripik Karmila, pada tahun 1997 usaha keripik hanyalah satu tempat yaitu Keripik Karmila tetapi pada tahun 2005, tempat usaha tersebut membuka dua cabang, salah satunya adalah keripik Kartika. Ditahun yang sama Keripik Kartika memutuskan untuk mandiri dan tidak terikat dengan tempat usaha sebelumnya. Pemilik sekaligus pendiri tempat usah Keripik Kartika adalah Bapak Suparlan (lihat Gambar 1).

Keripik merupakan jenis makanan ringan yang dihasilkan dari umbi-umbian, buah-buahan, atau sayuran yang diiris tipis lalu digoreng menggunakan minyak nabati. Untuk menciptakan keripik yang gurih dan renyah, biasanya bahan utama pembuatan keripik dicampur dengan adonan tepung yang telah diberi bumbu rempah tertentu (Rumetna, Lina, Sari, et al., 2021). Kebanyakan proses pembuatan keripik melalui penggorengan, tetapi ada jenis keripik tertentu yang prosesnya hanya melalui penjemuran, atau pengeringan. Berbagai rasa keripik dapat diciptakan, ada keripik yang memiliki rasa asin, pedas, asam, gurih, manis ataupun perpaduan dari berbagai jenis rasa.



**Gambar 1.** Toko Keripik Kartika dan Produk Keripik

Selama ini Bapak Suparlan mengakui bahwa, untuk promosi terkait tempat usaha serta produk-produk yang dijual, masih kurang, sehingga masih banyak orang yang belum mengetahui toko Keripik Kartika serta produk-produk yang dijual. Oleh karena itu, timbulah motivasi dari tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Program Studi Sistem Informasi Universitas Victory Sorong untuk membantu toko Keripik Kartika dalam hal promosi. Dengan adanya bantuan promosi, produk-produk dari toko Keripik Kartika lebih

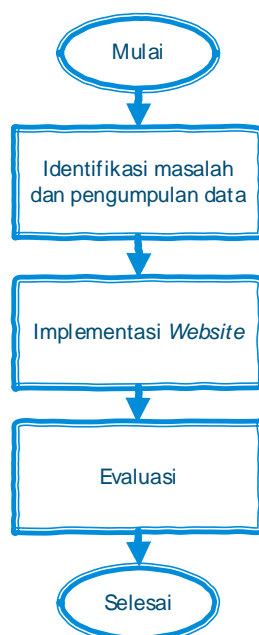
dikenal banyak orang serta dapat mencakup pasar yang lebih luas lagi, karena promosi yang dilakukan berbasis digital yaitu pemanfaatan *website* sebagai sarana dan media promosi.

*Website* merupakan halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet, sehingga dapat diakses di manapun selama terkoneksi dengan jaringan internet. Dalam pemanfaatannya, *website* banyak sekali digunakan sebagai bentuk penyampaian informasi yang tepat sasaran, seperti penggunaan *website* dalam bidang usaha sebagai salah satu strategi *marketing* untuk memperkenalkan tempat usaha serta produk-produk yang dijual kepada masyarakat luas, dengan maksud untuk dikenali oleh masyarakat luas, perluasan daerah penjualan dan yang sangat penting meningkatkan penjualan produk (Hidayat et al., 2020; Kurniawati & Pristanti, 2018; Shadiq, 2020; Yani et al., 2018), (Destiara et al., 2022a; Dwinarko et al., 2022a; Suwandi et al., 2022).

## B. PELAKSANAAN DAN METODE

Langkah-langkah pelaksanaan PkM ini adalah sebagai berikut (lihat Gambar 2), (Botta et al., 2020; Destiara et al., 2022b; Dwinarko et al., 2022b; Goldman et al., 2020; Majure et al., 2020; Rumetna et al., 2020; Temkin et al., 2020; Tirsa Ninia Lina & Matheus Supriyanto Rumetna, 2022):

- 1) Identifikasi masalah dan pengumpulan data. Untuk mengidentifikasi masalah dan mengumpulkan data, maka tim melakukan observasi dan wawancara dengan pihak Toko Keripik Kartika.
  - a. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada hari Jumat, 29 September 2023 pada pukul 10.00 WIT hingga selesai, tim melihat adanya persaingan yang sangat ketat antara sesama penjual keripik, dikarenakan pada area toko Keripik Kartika terdapat beberapa jenis usaha yang sama. Hal ini menyebabkan daya tarik orang untuk membeli produk keripik tidak hanya di toko Keripik Kartika saja, melainkan terbagi ke tempat usaha lainnya.
  - b. Wawancara dilakukan pada waktu yang sama dengan observasi. Narasumber yaitu Bapak Suparlan, dari hasil wawancara diperoleh beberapa data seperti data usaha, data produk hingga masalah yang dihadapi oleh tempat Keripik Kartika.
- 2) Implementasi *website*. Setelah tim mengetahui masalah yang ada serta mendapatkan data yang cukup, maka tim menyimpulkan untuk membantu toko Keripik Kartika melalui pembuatan *website* sebagai media promosi toko dan juga produk.
- 3) Evaluasi. tim melakukan evaluasi untuk melihat apakah mitra puas dengan hasil implementasi *website* atau tidak, serta apa lagi yang diperlukan mitra untuk pengembangan ke depan.



**Gambar 2.** Langkah-Langkah Pelaksanaan PkM

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan yang dilakukan oleh tim PkM berdasarkan Gambar 2, di mana tim melakukan identifikasi masalah dan pengumpulan data, kemudian tim mengimplementasikan *website* serta melakukan evaluasi. Untuk melakukan ini semua, maka setiap anggota tim harus memiliki tugas dan fungsinya masing-masing. Tim PkM terdiri dari dosen juga mahasiswa, dosen bertugas sebagai instruktur sedangkan mahasiswa bertugas untuk menyusun laporan dan melakukan dokumentasi kegiatan (lihat Gambar 3).

Tim PkM berjuang sangat gigih untuk mencapai tujuan utama dari kegiatan ini, yaitu mengimplementasikan *website* yang dapat digunakan oleh toko Keripik Kartika sebagai media promosi. Setelah memperoleh data, tim langsung membuat *website* menggunakan Wix. Wix merupakan sebuah *platform website* yang populer digunakan untuk membuat dan mengelola situs *website*. Wix juga adalah alat yang sangat berguna bagi individu atau bisnis yang ingin hadir secara *online* serta profesional tanpa harus memiliki pengetahuan tentang pemrograman atau desain *website* yang mendalam. Dengan menggunakan Wix, tim dapat membuat situs *website* yang menarik dengan mudah melalui antarmuka *drag-and-drop* yang intuitif. Berikut merupakan beberapa kelebihan dari *platform* ini. Pertama, mudah dioperasikan sehingga banyak individu atau bisnis yang menggunakannya. Kedua, memiliki *template* yang beragam sehingga sebagai pengguna dapat memilih *template* yang tepat sesuai dengan kebutuhan. Ketiga, responsif serta *mobile-friendly* sehingga tampilan dapat terlihat indah diberbagai perangkat yang digunakan. Keempat, memiliki fitur-fitur tambahan yang melimpah. Kelima, dapat meningkatkan visibilitas karena mencakup integrasi aplikasi. Keenam, bukan hanya aplikasi yang terintegrasi tetapi *domain* serta *hosting* juga terintegrasi dengan sangat baik. Ketujuh, konfigurasi *Search Engine Optimization* (SEO) yang mudah. Kedelapan, telah tertanam sertifikasi *Secure Socket Layer* (SSL) sehingga dijamin keamanannya. Kesembilan, dapat meningkatkan dukungan yang baik terhadap pelanggan. Kesepuluh yaitu skalabilitasnya. Dengan kemudahan-kemudahan yang dihadirkan oleh Wix, maka dengan cepat pula *website* promosi ini diimplementasikan.

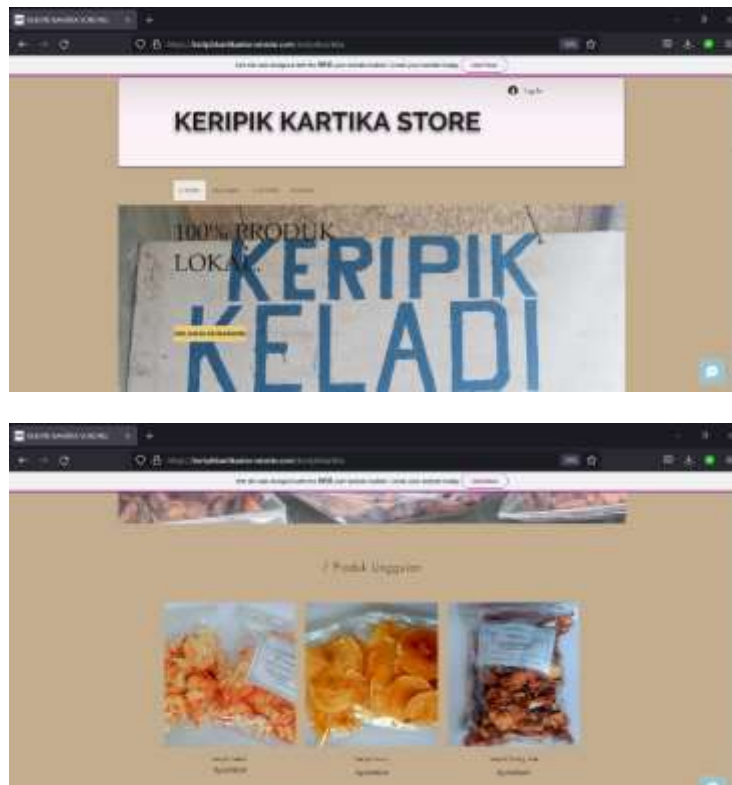


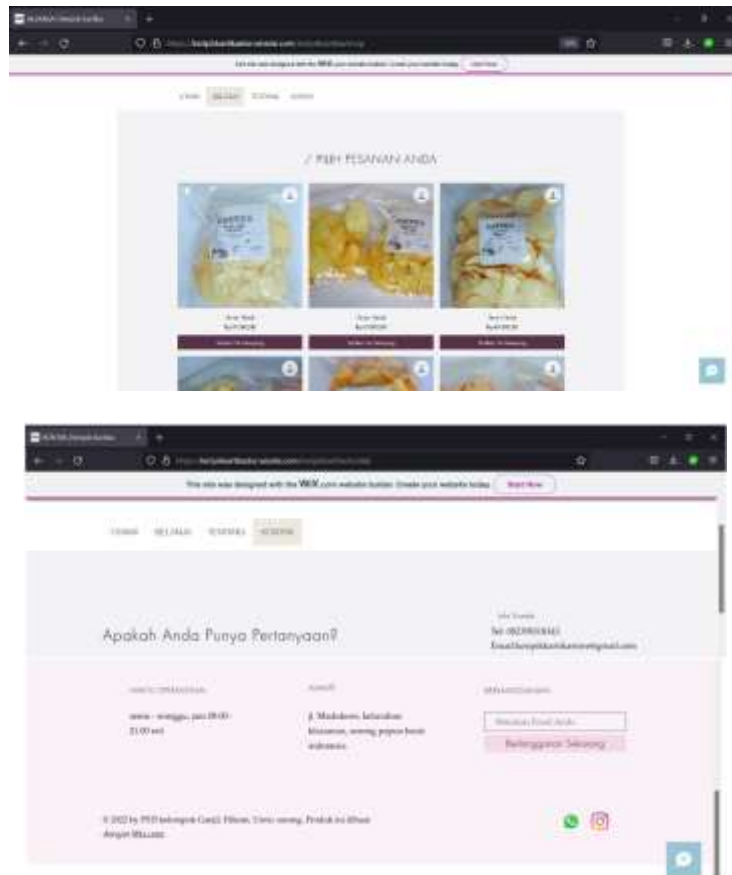




**Gambar 3.** Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan PkM

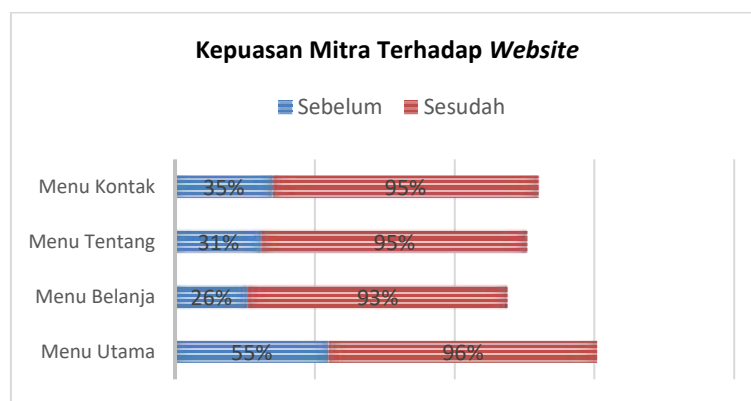
*Website* promosi ini dapat diakses melalui link <https://keripikkartikastor.wixsite.com/keripikkartika>. Adapun menu-menu yang terdapat di dalam *website* antara lain Menu Utama, Belanja, Tentang, serta Kontak (lihat Gambar 4). Menu Utama berfungsi untuk menampilkan profil toko Keripik Kartika, menu Belanja berfungsi untuk menampilkan produk keripik dan apabila pembeli ingin melakukan pemesanan dapat dilakukan melalui menu ini. Menu berikutnya yaitu menu Tentang, berisi informasi dari toko dan produk. Terakhir adalah menu Kontak, menu ini digunakan untuk menampilkan kontak toko Keripik Kartika.





**Gambar 4.** Menu-menu *Website* Promosi

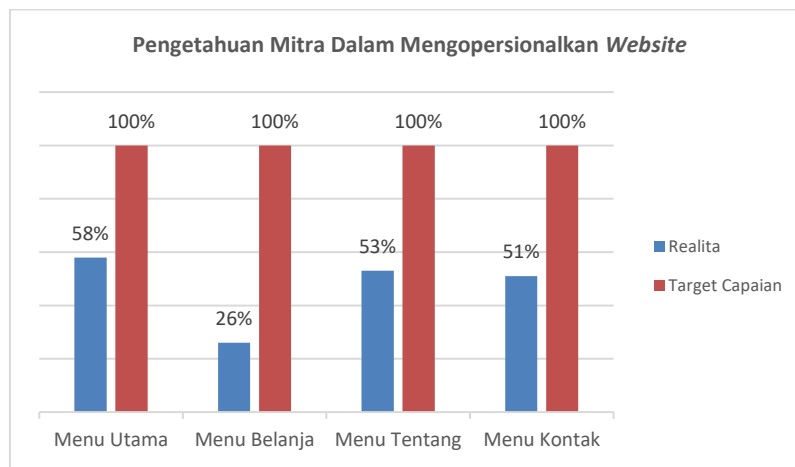
Proses implementasi *website* telah dilakukan, maka langkah terakhir adalah evaluasi. Evaluasi diperlukan untuk mengukur tingkat kepuasan mitra serta untuk mengetahui kebutuhan mitra untuk pengembangan ke depan. Adapun komponen yang diukur untuk mengetahui tingkat kepuasan mitra terhadap *website* promosi adalah menu-menu yang ada di dalam *website*. Yang dimaksudkan disini ialah saat merancang menu dan juga saat menu-menu tersebut telah diimplementasikan.



**Gambar 5.** Hasil Evaluasi Kepuasan Mitra Terhadap *Website*

Gambar 5 menunjukkan bahwa sebelum menu Utama diimplementasikan dalam arti masih dirancang tingkat kepuasan mitra hanya sebesar 55%, sesudah diimplementasikan meningkat menjadi 96%. Menu Belanja sebelum diimplementasikan mitra hanya merasa puas sebesar 26%, namun sesudah implementasi menu tersebut maka tingkat kepuasan meningkat menjadi 93%. Untuk menu Tentang tingkat kepuasan mitra meningkat menjadi 95% dari sebelumnya yaitu 31%. Peningkatan juga terjadi pada menu Kontak, awalnya sebesar 35% menjadi 95%. Dapat disimpulkan bahwa mitra merasa puas dengan implementasi *website* yang

dilakukan. Kemudian, untuk mengetahui kebutuhan mitra dalam rangka pengembangan ke depan, maka tim melakukan pengukuran untuk tingkat penggunaan *website* yang dilakukan oleh mitra, atau dapat dikatakan bagaimana pengetahuan mitra dalam mengopersikan *website* tersebut.



**Gambar 6.** Hasil Evaluasi Pengetahuan Mitra Dalam Mengopersikan *Website*

Gambar 6 terlihat bahwa pengetahuan mitra dalam mengopersikan *website* masih sangat rendah. Di mana tim menargetkan untuk semua menu, mitra dapat mengopersikan dengan baik atau 100%. Namun, realitanya adalah untuk menu Utama hanya sebesar 58%, menu Belanja sebesar 26%, menu Tentang sebesar 53% dan 51% untuk menu Kontak. Maka kesimpulannya yaitu mitra memerlukan pelatihan untuk mengopersikan *website* promosi ini, karena mitra belum memiliki keterampilan yang memadai. Untuk itu, ke depan tim PkM akan melakukan kegiatan pelatihan guna meningkatkan keterampilan operasional *website* promosi.

#### D. PENUTUP

Kegiatan yang dilakukan oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Program Studi Sistem Informasi Universitas Victory Sorong dapat membantu toko Keripik Kartika dalam hal promosi. Dengan adanya bantuan promosi, produk-produk dari toko Keripik Kartika lebih di kenal banyak orang serta dapat mencakup pasar yang lebih luas lagi, karena promosi yang dilakukan berbasis digital yaitu pemanfaatan *website* sebagai sarana dan media promosi.

Langkah-langkah pelaksanaan PkM yang dilakukan oleh tim PkMpun sudah tepat, yaitu melakukan identifikasi masalah dan pengumpulan data, mengimplementasikan *website* serta evaluasi. Langkah-langkah ini sangat cocok mengingat kondisi aktual yang dialami oleh mitra.

Setelah tim melakukan evaluasi, tidak terjadi masalah pada hasil kepuasan mitra terhadap *website*. Yang menjadi masalah adalah pada hasil evaluasi pengetahuan mitra dalam mengopersikan *website*, di mana mitra belum memiliki keterampilan yang memadai untuk mengopersikan *website* promosi ini. Untuk itu, ke depan tim PkM akan melakukan kegiatan pelatihan guna meningkatkan keterampilan operasional *website* promosi.

#### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih yang mendalam disampaikan kepada Bapak Suparlan yang bersedia menerima tim untuk melakukan kegiatan PkM. Kemudian ucapan yang sama disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) serta Program Studi Sistem Informasi Universitas Victory Sorong yang telah memberikan kesempatan serta dorongan bagi tim untuk melakukan PkM.

#### E. DAFTAR PUSTAKA

Botta, M., Tsonas, A. M., Pillay, J., Boers, L. S., Algera, A. G., Bos, L. D. J., Dongelmans, D. A., Hollmann, M. W., Horn, J., Vlaar, A. P. J., Schultz, M. J., Neto, A. S., Paulus, F., van Akkeren, J. P., Algera, A.

- G., Algae, C. K., van Amstel, R. B., Baur, O. L., van de Berg, P., ... van Zanten, A. R. H. (2020). Ventilation management and clinical outcomes in invasively ventilated patients with COVID-19 (PRoVENT-COVID): a national, multicentre, observational cohort study. *The Lancet Respiratory Medicine*, 19(20), 1–10. [https://doi.org/10.1016/s2213-2600\(20\)30459-8](https://doi.org/10.1016/s2213-2600(20)30459-8)
- Destiara, M., Nurul Himmah, & Istiqamah. (2022a). Pelatihan Budidaya Jamur Tiram Untuk Mahasiswa Tadris Biologi Sebagai Pendukung Matakuliah Bioteknologi dan Kewirausahaan Biologi. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 1(1), 40–46. <https://doi.org/10.55123/abdikan.v1i1.94>
- Destiara, M., Nurul Himmah, & Istiqamah. (2022b). Pelatihan Budidaya Jamur Tiram Untuk Mahasiswa Tadris Biologi Sebagai Pendukung Matakuliah Bioteknologi dan Kewirausahaan Biologi. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 1(1), 40–46. <https://doi.org/10.55123/abdikan.v1i1.94>
- Dunn, A. M., Hofmann, O. S., Waters, B., & Witchel, E. (2011). Cloaking malware with the trusted platform module. In *Proceedings of the 20th USENIX Security Symposium* (pp. 395–410).
- Dwinarko, Sulistyanto, A., & Saeful Mujab. (2022a). Pelatihan Manajemen Komunikasi Pemasaran Bagi Usaha Menengah Kecil Masyarakat Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 1(1), 10–18. <https://doi.org/10.55123/abdikan.v1i1.84>
- Dwinarko, Sulistyanto, A., & Saeful Mujab. (2022b). Pelatihan Manajemen Komunikasi Pemasaran Bagi Usaha Menengah Kecil Masyarakat Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 1(1), 10–18. <https://doi.org/10.55123/abdikan.v1i1.84>
- Goldman, R. D., Marneni, S. R., Seiler, M., Brown, J. C., Klein, E. J., Cotanda, C. P., Gelernter, R., Yan, T. D., Hoeffe, J., Davis, A. L., Griffiths, M. A., Hall, J. E., Gualco, G., Mater, A., Manzano, S., Thompson, G. C., Ahmed, S., Ali, S., & Shimizu, N. (2020). Caregivers' Willingness to Accept Expedited Vaccine Research During the COVID-19 Pandemic: A Cross-Sectional Survey. *Clinical Therapeutics*, 42(11), 2124–2133. <https://doi.org/10.1016/j.clinthera.2020.09.012>
- Hidayat, Y. R., Haryanti, T., & Kurniawati, L. (2020). Sistem Informasi Pemilihan Umum Kepala Daerah Online Berbasis Android. *Information System for Educators and Professionals*, 4(2), 124–133.
- Kurniawati, L., & Pristanti, E. (2018). Sistem Informasi Pembelian dan Penjualan Obat Pada Apotik Dengan Metode System Development Life Cycle. *Information System for Educators and Professionals*, 3(1), 1–12.
- Majure, D. T., Gruberg, L., Saba, S. G., Kvasnovsky, C., Hirsch, J. S., & Jauhar, R. (2020). Usefulness of Elevated Troponin to Predict Death in Patients With COVID-19 and Myocardial Injury. *American Journal of Cardiology*, 1. <https://doi.org/10.1016/j.amjcard.2020.09.060>
- Nugroho, N. E., Mahargiono, P. B., Cahyono, K. E., & Suryawirawan, O. A. (2023). Pelatihan Pemasaran Online Dengan Memanfaatkan Marketplace Bersama Pelaku UMKM RT.05 RW.07 Pandegiling, Surabaya. *COVIT (Community Service of Health): Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 10–17.
- Rumetna, M. S., Lina, T. N., Joseph, A., Fossa, F., Simarmata, L., Parabang, L., Fitra, M., Sanggel, O., Salambauw, L., & Ngamelubun, Vinsentius, Batfin, Y. (2021). BERBASIS WEBSITE PADA PERUSAHAAN CENDRAWASIH WIPUTRA MANDIRI KOTA SORONG DESIGN OF A WEBSITE-BASED DEMAND INFORMATION SYSTEM IN CENDRAWASIH WIPUTRA MANDIRI COMPANY. *Elektro Luceat*, 7(1), 10–19.
- Rumetna, M. S., Lina, T. N., Sari, T. P., Mugu, P., Assem, A., & Sianturi, R. (2021). Optimasi Jumlah Produksi Roti Menggunakan Program Linear Dan Software POM-QM. *Computer Based Information System Journal*, 09(01), 42–49.



- Rumetna, M. S., Renny, E. E., & Lina, T. N. (2020). Designing an Information System for Inventory Forecasting. *International Journal of Advances in Data and Information Systems*, 1(2), 80–88. <https://doi.org/10.25008/ijadis.v1i2.187>
- Shadiq, J. (2020). Sistem Informasi Peminjaman dan Pengembalian Barang Pada Sekolah. *Information System For Educators And Professionals*, 4(2), 188–197.
- Suwandi, Widya Jati Lestari, & Ilwan Syafrinal. (2022). Inovasi Pendampingan Bimbingan Belajar Anak Sekolah Dasar untuk Meningkatkan Motivasi Belajar. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 1(1), 25–32. <https://doi.org/10.55123/abdikan.v1i1.91>
- Temkin, E., Schwaber, M. J., Solter, E., Vaturi, A., Hen, D., Lugassy, C. G., Teitler, N., Nutman, A., Rubinovitch, B., Ben-Zvi, H., Shbita, R., Wolf, N. H., Benenson, S., Gross, I., Slama, C., Ottolenghi, M., Gottesman, T., Lev, S., Beilin, V., ... Carmeli, Y. (2020). Extremely low prevalence of asymptomatic COVID-19 among healthcare workers caring for COVID-19 patients in Israeli hospitals: a cross-sectional study. *Clinical Microbiology and Infection*, xxxx. <https://doi.org/10.1016/j.cmi.2020.09.040>
- Tirsa Ninia Lina, & Matheus Supriyanto Rumetna. (2022). Edukasi: Optimasi Menggunakan Metode Simpleks Pada Usaha Bahan Bakar Minyak Berskala Kecil. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 1(2), 141–148. <https://doi.org/10.55123/abdikan.v1i2.265>
- Yani, I. F., Nurcahyati, Afriyanti, T. M., & Herlawati. (2018). Sistem Informasi Penjualan Pakaian Muslim Berbasis Web pada Galery Rumah Athar Cileungsi-Bogor. *Information System For Educators and Professionals*, 3(1), 91–100.
- Zulfikar, Z., Wulandari, A., Muslimatul Jannah, A., Ilma, M., & Fadilah, U. (2022). Pemberdayaan Kompetensi Guru melalui Pembuatan Media Terrarium dengan Pendekatan Community Base Research. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 224–232. <https://doi.org/10.52072/abdine.v2i2.445>.