

## Pemberdayaan Kewirausahaan Anak Panti Asuhan Nur Fauzi melalui Pengembangan Produk UMKM Keripik Pangsit dan Gelang Manik-Manik serta Strategi Digital Marketing

Muhammad Dimas Adi Fadhillah<sup>1</sup>, Giriati<sup>2</sup>, Destyana Fauziah Utami<sup>3</sup>, Dhiya 'Ulhaq Thursina<sup>4</sup>, Tio Rivaldi<sup>5</sup>, Nabila Azka Salsabila<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura, Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia  
m.dimas.adi.f@gmail.com<sup>1</sup>

### ABSTRACT

*The Student Community Service Program (KKM) aims to enhance the independence and creativity of children at the Nur Fauzi Orphanage in Pontianak through the development of entrepreneurship based on small and medium-sized enterprises (SMEs) and the utilization of digital marketing. The program is implemented through training in the production of citrus leaf chips and beaded bracelets as flagship products, and equipping participants with digital promotion skills through social media and design apps like Canva. Additionally, basic financial literacy education is provided creatively through activities such as making piggy banks from recycled bottles and casual discussions about the importance of saving. The approach combines educational, participatory, and practical methods, ensuring that children not only understand the theory but also gain real-world experience in entrepreneurship. The results of the activities show an increase in creativity, a spirit of independence, and basic skills in digital marketing of products. This program is expected to serve as a sustainable social empowerment model for other orphanages.*

**Keywords:** Empowerment of orphanage children, entrepreneurship, digital marketing, financial literacy, MSMEs

### ABSTRAK

Kegiatan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kemandirian dan kreativitas anak-anak di Panti Asuhan Nur Fauzi, Pontianak, melalui pengembangan kewirausahaan berbasis produk UMKM dan pemanfaatan digital marketing. Program ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan pembuatan keripik pangsit daun jeruk dan gelang manik-manik sebagai produk unggulan, serta pembekalan keterampilan promosi digital melalui media sosial dan aplikasi desain seperti Canva. Selain itu, diberikan edukasi literasi keuangan dasar yang dikemas secara kreatif melalui kegiatan membuat celengan dari botol bekas dan diskusi ringan tentang pentingnya menabung. Pendekatan yang digunakan meliputi edukatif, partisipatif, dan praktik langsung, sehingga anak-anak tidak hanya memahami teori tetapi juga memperoleh pengalaman nyata dalam berwirausaha. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kreativitas, semangat kemandirian, serta kemampuan dasar dalam memasarkan produk secara digital. Program ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan sosial yang berkelanjutan bagi panti asuhan lainnya.

**Kata kunci:** Pemberdayaan anak panti, kewirausahaan, digital marketing, literasi keuangan, UMKM

## **PENDAHULUAN**

Pengabdian merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk berkontribusi membantu individu lain atau masyarakat tanpa mengharapkan imbalan. Panti Asuhan merupakan sebuah lembaga sosial yang bertugas memberikan bantuan kesejahteraan kepada anak-anak yang tidak terurus. Ini dilakukan dengan memberikan perawatan dan membantu anak-anak yang kehilangan tempat tinggal, serta menyediakan layanan fisik, mental, dan sosial bagi mereka. Tujuannya adalah agar anak-anak tersebut mendapatkan kesempatan yang baik dan cukup untuk berkembang secara pribadi, sesuai dengan harapan untuk menjadi bagian dari generasi penerus cita-cita bangsa dan berkontribusi dalam pembangunan negara (Nasution et al., 2023).

Panti Asuhan Nur Fauzi adalah Yayasan sosial yang berlokasi di Kecamatan Pontianak Kota, Kalimantan Barat. Yayasan ini mengasuh dan mendidik anak-anak perempuan yatim, piatu, serta yang berasal dari keluarga tidak mampu, dengan tujuan membentuk karakter yang dapat berdiri sendiri, inovatif, dan memiliki rasa tanggung jawab untuk kehidupan mereka ke depannya. Kemandirian ekonomi penting bagi panti asuhan untuk mengurangi ketergantungan pada donasi dan memastikan keberlanjutan operasional (Jauhary Haq, 2024). Selain pendidikan formal dan keagamaan anak-anak, pihak panti juga berupaya mengenalkan ke mereka keterampilan berwirausaha yang mudah dilakukan. Keterampilan ini mencakup kemampuan berpikir kreatif untuk menghasilkan berbagai ide yang dapat berkembang menjadi usaha yang menguntungkan dan kemampuan berkomunikasi secara efektif untuk membuat produk atau layanan menarik hati pelanggan, kemahiran teknologi untuk menjangkau pelanggan dari berbagai lokasi, dan sebagainya (Amarisa et al., 2023).

Anak-anak panti asuhan nur fauzi masih belum memiliki keterampilan kewirausahaan yang baik, tetapi mereka memiliki potensi yang bisa digali lebih dalam sehingga tim PKM kami mengenalkan pengembangan kewirausahaan keterampilan produksi keripik pangsit dan gelang manik-manik kepada anak-anak panti sebagai bentuk wirausaha baru mereka yang sangat sederhana dan mudah dipraktikkan. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Qadir & Ramli, 2024). Pemanfaatan media sosial dapat menjadi strategi yang efektif untuk mendukung pengembangan usaha kecil, terutama dalam memperluas jangkauan pasar secara digital. Selanjutnya kegiatan ini memberikan pelatihan pengemasan produk, pembuatan identitas merek, serta strategi pemasaran melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp.

Pengabdian ini bertujuan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan anak-anak panti melalui keterampilan produksi pangan dan kerajinan tangan dan membekali mereka dengan keterampilan digital marketing untuk memperluas jangkauan pemasaran dan juga tujuan kegiatan ini sejalan dengan tujuan dan visi misi Panti Asuhan Nur Fauzi yang ingin membentuk karakter anak-anak agar mempunyai

rasa tanggung jawab, kemandirian, inovatif dan kreatif bagi anak-anak panti untuk kehidupan mereka kedepannya. Kegiatan ini diharapkan mampu menciptakan dampak jangka panjang dalam membangun kemandirian ekonomi anak-anak panti dan mengembangkan UMKM berbasis komunitas sosial.

## METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama satu bulan, yakni pada 7 Juli-31 Juli 2025, di Panti Asuhan Nur Fauzi Pontianak, dengan intensitas kegiatan yakni 4 kali perminggu yaitu pada hari Senin, Kamis, Sabtu dan Minggu. Sehingga total terdapat 16 kali pertemuan dalam satu bulan. Setiap pertemuan dilaksanakan secara terstruktur dan bertahap. Program ini melibatkan 20 orang peserta yang terdiri dari anak-anak jenjang SD, SMP, SMA, hingga lulusan SMA.

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan menggunakan metode Community Development (CD). Metode Community Development (CD) dapat diartikan sebagai pemberdayaan masyarakat yang menekankan keterlibatan aktif anak panti asuhan dalam seluruh proses kegiatan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemandirian anak panti asuhan Nur Fauzi dalam membangun keterampilan dalam berwirausaha. Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan beberapa tahap diantaranya adalah:



**Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat**

Kegiatan pengabdian ini dimulai dengan melakukan survei, observasi dan koordinasi ke pihak Panti Asuhan Nur Fauzi untuk mengidentifikasi minat dan potensi anak-anak panti. Survei ini bertujuan agar program yang dirancang sesuai dengan kondisi dan ketertarikan anak-anak panti. Setelah melaksanakan survei, dilakukan sosialisasi kepada anak-anak panti mengenai konsep dasar kewirausahaan, pentingnya memikirkan ide-ide produk yang berinovasi. Selain itu, diperkenalkan pula dasar-dasar digital marketing sebagai strategi pemasaran modern yang mudah diakses dan relevan. Dalam sesi ini juga dijelaskan gambaran umum tentang produk yang akan dikembangkan, yaitu gelang manik-manik dan pangsit daun jeruk. Berikutnya yaitu, Peserta dilatih memanfaatkan platform digital untuk promosi produk UMKM. Pelatihan ini mencakup teknik dasar foto produk menggunakan

kamera HP, pembuatan pamflet digital melalui aplikasi Canva, serta pelatihan membuat dan mengelola akun Instagram. Anak-anak diajarkan menyusun feed Instagram yang estetik, dan membuat konten video promosi singkat. Tujuannya agar mereka mampu memasarkan produk secara kreatif dan efektif melalui media sosial.

Setelah memahami materi kewirausahaan dan promosi digital, kegiatan dilanjutkan dengan proses produksi produk UMKM yang dilakukan secara bertahap dan partisipatif. Pada minggu pertama, anak-anak belajar memproduksi gelang dari manik-manik sebagai produk kerajinan tangan. Mereka dilatih merangkai desain gelang yang menarik untuk dipasarkan. Kemudian, di minggu kedua, dilanjutkan dengan pembuatan pangsit daun jeruk sebagai produk makanan ringan. Anak-anak belajar mengolah bahan, menggoreng, dan mengemas produk dengan memperhatikan kebersihan dan kerapian. Seluruh proses dilakukan secara kolaboratif, sehingga setiap peserta berperan aktif dalam produksi, pengemasan, hingga penataan produk untuk dipasarkan. Produk yang telah dibuat dipasarkan secara langsung dan digital. Penjualan langsung dilakukan melalui kegiatan Car Free Day (CFD) di jalan Ahmad Yani Pontianak, di mana tiga anak menjadi perwakilan untuk ikut berjualan. Sementara itu, anak-anak lainnya memasarkan produk di lingkungan sekolah. Untuk penjualan digital, digunakan akun media sosial yang telah dibuat sebelumnya.

Sebagai bagian dari penguatan pengetahuan dasar, anak-anak juga diberikan literasi keuangan melalui kegiatan bertema “Kenali Rupiah”, yang bertujuan untuk mengenalkan ciri-ciri uang asli dan membedakannya dari uang palsu. Anak-anak diajak mengenali fitur-fitur keamanan pada uang rupiah, seperti tanda air, benang pengaman, dan cetakan khusus. Kegiatan literasi keuangan bertema “Kenali Rupiah” didasarkan pada bukti empiris bahwa edukasi keuangan sejak dini secara signifikan membentuk perilaku menabung, pemahaman nilai uang, dan pengambilan keputusan finansial yang bijak pada anak-anak (Susanti & Kemala, 2023).

Kegiatan ini dilanjutkan dengan pembuatan celengan kreatif dari kardus bekas dan kertas origami. Selain melatih keterampilan dan kreativitas, aktivitas ini juga menanamkan nilai tanggung jawab terhadap pengelolaan uang. Celengan tersebut digunakan sebagai tempat menyimpan hasil penjualan gelang manik-manik dan pangsit daun jeruk, baik dari penjualan secara online maupun offline. Secara keseluruhan, kegiatan ini dirancang untuk menumbuhkan keterampilan, kreativitas, dan kemandirian anak-anak panti melalui pendekatan kewirausahaan yang integratif, dengan penguatan literasi digital dan keuangan yang aplikatif dan menyenangkan.

Evaluasi dilakukan melalui observasi langsung selama kegiatan berlangsung, diskusi bersama peserta, serta penilaian terhadap hasil produk serta mendengarkan saran dan harapan mereka. Akun media sosial dan sisa bahan produksi akan diserahkan kepada pihak panti asuhan sebagai bentuk keberlanjutan program, agar anak-anak dapat melanjutkan usaha secara mandiri.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Utama (Sebelum & Sesudah Program)

Panti Asuhan Nur Fauzi merupakan Yayasan yang terletak Jl. Dr. Wahidin. S Gg. Sepakat 8 No.21, Sungai Jawi, Kec. Pontianak Kota, Kota Pontianak, Kalimantan Barat yang menampung anak-anak perempuan yatim piatu dan kurang mampu. Namun, sebagaimana tantangan umum pada panti asuhan, lembaga ini menghadapi keterbatasan dalam menumbuhkan kemandirian ekonomi dan keterampilan hidup anak-anak binaannya, terutama dalam hal literasi kewirausahaan, keterampilan digital, dan pengelolaan keuangan dasar. Sebelum program dilaksanakan, mayoritas anak belum mengenal proses produksi makanan ringan atau kerajinan tangan, belum menggunakan media sosial untuk promosi, dan belum memahami pentingnya menabung. Hal ini menunjukkan bahwa anak-anak panti asuhan umumnya belum pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan secara formal dan masih sangat terbatas keterlibatan mereka dalam kegiatan ekonomi produktif. Hal ini diperkuat oleh penelitian di Panti Asrama Sahabat Yatim Makassar (Rohman et al., 2025), yang menunjukkan bahwa pelatihan kerajinan manik-manik menjadi salah satu cara efektif membangkitkan potensi kewirausahaan anak panti.

Sebagai tahap awal, tim KKM melaksanakan **pengenalan dan pelatihan dasar-dasar kewirausahaan**. Kegiatan ini bertujuan untuk menanamkan pola pikir wirausaha melalui diskusi ringan, studi kasus, dan pengenalan jenis-jenis usaha yang dapat dijalankan dengan sumber daya sederhana (Gambar 2).



**Gambar 2. Pengenalan dan pelatihan dasar-dasar kewirausahaan**

Setelah pelatihan di laksanakan, terjadi peningkatan signifikan pada kemampuan teknis anak-anak panti. Setelah itu, program dilanjutkan ke tahap kedua, yakni **workshop pembuatan gelang dari manik-manik**, peserta diajarkan teknik

memilih warna, menyusun pola, dan merangkai desain. Hasilnya, 90% peserta mampu menyelesaikan gelang manik-manik yang layak jual (Gambar 3).



**Gambar 3. Workshop gelang manik-manik**

Tahap ketiga adalah **pelatihan digital marketing**, di mana peserta diajarkan membuat akun Instagram, mengambil foto produk menggunakan kamera HP, membuat konten promosi dan *caption*, serta mengunggah postingan. Sebanyak 40% peserta berhasil mempraktikkan seluruh tahapan promosi secara digital, meskipun masih terbatas karena hanya sebagian kecil anak yang memiliki *handphone* (Gambar 4).



**Gambar 4. Edukasi dan pelatihan digital marketing**

Tahap keempat adalah **produksi makanan ringan berupa keripik pangsit daun jeruk**. Pelatihan ini dilakukan dalam dua sesi, yaitu pengenalan resep dan praktik langsung. Seluruh peserta terlibat aktif dalam proses pemotongan kulit pangsit, penggorengan, penambahan bumbu, pengemasan, dan pelabelan produk.

Sebanyak 95% peserta mampu memproduksi secara mandiri dari awal hingga siap jual (Gambar 5).



**Gambar 5. Produksi keripik pangsit oleh peserta**

## 2. Dampak Ekonomi dan Sosial

Dampak ekonomi program ini mulai terlihat sejak minggu ketiga, ketika beberapa produk hasil karya anak-anak mulai dijual di lingkungan sekolah, platform digital khususnya Instagram dan Car Free Day. Dari penjualan produk memperoleh tambahan penghasilan total sebesar Rp 480.000. Efektivitas penjualan di CFD juga diperkuat oleh temuan (Fadila et al., 2025), yang mencatat bahwa promosi produk UMKM melalui ajang Car Free Day di Simpang Lima Gumul Kediri mampu meningkatkan visibilitas usaha hingga 35% dan mendorong interaksi media sosial sebesar 40%. Hal ini menunjukkan bahwa CFD tidak hanya berfungsi sebagai sarana penjualan langsung, tetapi juga sebagai media strategis dalam membangun *brand awareness* dan pemasaran digital UMKM lokal. Meski masih dalam skala kecil, hal ini mencerminkan munculnya potensi ekonomi yang sebelumnya tidak ada. Secara sosial, program ini memberi dampak lebih mendalam. Anak-anak yang sebelumnya pasif kini tampil percaya diri, aktif berbicara, serta mampu mengungkapkan ide bisnis dan strategi harga. Selain dampak ekonomi, program ini juga menumbuhkan kepercayaan diri dan semangat kolaborasi. Dalam sesi simulasi penjualan langsung, peserta diajarkan menyapa calon pembeli, menjelaskan manfaat produk, dan menerima pembayaran. Aktivitas ini melatih keberanian dan komunikasi.



**Gambar 6. Anak-anak memasarkan produk di CFD Pontianak**

Dalam aspek edukasi keuangan, peserta mengikuti kegiatan “Edukasi menabung & kenali rupiah”, yang melibatkan *game* cerdas cermat tentang materi yang di sampaikan, praktik menabung dengan celengan unik, peserta telah memiliki celengan sendiri dan mulai menyisihkan uang.

Salah satu komponen utama dalam edukasi keuangan di program ini adalah kegiatan pembuatan celengan unik yang dirancang sebagai media kreatif sekaligus praktik literasi finansial dasar. Program ini tidak sekadar mengajarkan konsep menabung, tetapi juga melibatkan peserta secara langsung dalam proses visualisasi dan personalisasi target tabungan mereka. Peserta diajak mendesain celengan sesuai dengan kepribadian dan harapan mereka masing-masing. Melalui pendekatan ini, kegiatan menabung menjadi konkret, menyenangkan, dan bermakna personal. Hasilnya, seluruh peserta (100%) telah memiliki celengan unik masing-masing dan secara aktif menyisihkan sebagian uang mereka ke dalamnya. Dampak program celengan ini tidak hanya membentuk kebiasaan menabung, tetapi juga menumbuhkan rasa kepemilikan, tanggung jawab, dan kebanggaan terhadap penghasilan sendiri, bahkan dari skala kecil. Hasil ini memperkuat bahwa pendekatan *experiential learning*, seperti membuat alat tabung sendiri, mampu meningkatkan efektivitas pembentukan kebiasaan finansial anak (Sidiq et al., 2023). Demikian pula, literasi finansial yang dimulai dari aktivitas sederhana di masa kanak-kanak mampu membangun karakter keuangan yang cerdas dan mandiri pada usia dewasa (Kusnandar et al., 2023).



Gambar 7. Edukasi literasi keuangan dan Pembuatan celengan unik

### 3. Perbandingan dengan PKM atau Penelitian Sejenis

Temuan dalam program ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan praktis berbasis produk UMKM terbukti efektif dalam membangkitkan potensi kewirausahaan anak-anak panti. Hasil ini selaras dengan kegiatan serupa yang dilakukan dalam *Jurnal Bhakti Nagori*, di mana Panti Asuhan Al Hasanah berhasil mengembangkan usaha kerajinan gantungan kunci dari manik-manik kristal dan olahan makanan ringan berupa kripik melalui pelatihan manajemen UMKM (Suriani et al., 2025). Kedua program menekankan pentingnya **pendekatan edukatif, pelibatan langsung, dan keberlanjutan usaha** sebagai strategi pengembangan ekonomi di lingkungan panti asuhan.

Namun, pendekatan di Panti Asuhan Nur Fauzi memperkaya model tersebut dengan menambahkan aspek **literasi digital dan edukasi keuangan kreatif**. Misalnya, program *digital marketing* melalui Instagram dan pembuatan celengan unik sebagai bentuk literasi keuangan praktis belum banyak diterapkan di PKM lain. Hasil ini memperkuat temuan bahwa aktivitas kreatif seperti membuat celengan pribadi dapat menumbuhkan semangat menabung, rasa tanggung jawab, serta penguatan karakter finansial anak-anak (Sidiq et al., 2023).

Selain itu, pelibatan peserta dalam praktik langsung promosi dan transaksi produk juga menumbuhkan keterampilan komunikasi dan kepercayaan diri. Hal ini sejalan dengan temuan yang menekankan bahwa edukasi kewirausahaan yang dikombinasikan dengan pembelajaran sosial mampu mempercepat proses kemandirian sosial dan ekonomi anak panti (Kusnandar et al., 2023).

Secara keseluruhan, kegiatan ini melengkapi dan memperluas cakupan pelatihan UMKM di panti asuhan sebagaimana telah dikembangkan sebelumnya di Al Hasanah. Penguatan literasi digital dan keuangan menjadikan program ini relevan dengan kebutuhan masa kini, di mana keterampilan digital dan pemahaman pengelolaan keuangan menjadi kunci utama dalam pengembangan UMKM yang berkelanjutan.

## 4. Tabel dan Dokumentasi Kegiatan

Untuk memperjelas hasil yang dicapai, berikut disajikan tabel perbandingan kondisi peserta sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan PKM:

**Tabel 1. Perbandingan Kondisi Sebelum dan Sesudah Program**

Indikator	Sebelum Program	Sesudah Program	Keterangan
Keterampilan membuat gelang manik-manik	0% peserta	90% peserta mampu Menyusun pola & merangkai produk	Layak dijual, sudah diuji coba lewat penjualan di platform digital dan CFD produk habis terjual
Keterampilan membuat keripik pangsit	Belum pernah melakukan produksi makanan	95% peserta mampu produksi mandiri dari awal-kemasan	Dua sesi pelatihan dilakukan
Kemampuan promosi via Instagram	0 % peserta	40% peserta membuat akun, pembuatan konten, unggah foto & <i>caption</i> produk	Terbatas karena keterbatasan akses HP
Kesadaran menabung & literasi keuangan	Belum terbiasa menabung	100% membuat celengan dan mulai menabung	Didukung <i>game</i> & pembuatan celengan unik
Penghasilan dari hasil karya	Rp 0	Total penjualan Rp 480.000 dari CFD, sekolah & <i>online</i>	Progres di minggu ke 3
Kemampuan komunikasi saat jualan langsung	Rendah	mampu menyapa, menjelaskan, menerima pembayaran	Praktik jualan langsung di sekolah dan CFD

## KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat melalui Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) di Panti Asuhan Nur Fauzi telah berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemandirian dan keterampilan anak-anak panti dalam bidang kewirausahaan, literasi digital, dan keuangan dasar. Pelatihan pembuatan produk UMKM berupa gelang manik-manik dan keripik pangsit daun jeruk, yang

dikombinasikan dengan strategi *digital marketing* dan edukasi keuangan kreatif, terbukti mampu membangkitkan potensi ekonomi dan sosial yang sebelumnya belum tergal. Anak-anak menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan teknis, kepercayaan diri, dan pemahaman mengenai nilai uang serta pentingnya menabung. Selain itu, partisipasi mereka dalam promosi dan penjualan langsung di Car Free Day dan media sosial mencerminkan munculnya rasa tanggung jawab dan semangat kolaboratif yang kuat. Capaian ini memperlihatkan bahwa pendekatan edukatif yang aplikatif, menyenangkan, dan berbasis komunitas mampu menjadi model pemberdayaan yang relevan dan berkelanjutan.

Sebagai tindak lanjut dari program ini, disarankan adanya penguatan keberlanjutan melalui pendampingan lanjutan dalam hal produksi dan pemasaran, serta kolaborasi dengan mitra eksternal seperti pelaku UMKM, sekolah, atau platform *e-commerce* lokal. Selain itu, perlu adanya penyediaan fasilitas digital secara bertahap agar seluruh peserta memiliki akses yang setara dalam pelatihan *digital marketing*. Penelitian selanjutnya dapat memperdalam aspek evaluasi dampak jangka panjang terhadap perubahan perilaku keuangan dan perkembangan kewirausahaan peserta. Program serupa juga direkomendasikan untuk diimplementasikan di panti-panti asuhan lain sebagai bagian dari strategi pembangunan sosial berbasis potensi lokal dan inklusi digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amarisa, Y., Hasibuan, I. K., Keling, M., & Nasution, Y. M. (2023). Pengembangan Keterampilan Kewirausahaan Pada Remaja Muda. *Sharing: Journal of Islamic Economics, Management and Business*, 2(2), 105–114. <https://doi.org/10.31004/sharing.v2i2.21486>
- Fadila, P. S., Riawati, P., Rochimah, P. Z., Jingga, P. D., & Reta, P. S. M. (2025). Peningkatan Daya Saing UMKM TahuLogi melalui Optimalisasi Media Promosi di Car Free Day Simpang Lima Gumul Kediri. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 133–139. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2176>
- Jauhary Haq, A. H. (2024). *Optimalisasi Ekosistem Kemandirian Ekonomi Dengan Pendekatan Hexahelix Pada Panti Asuhan Muhammadiyah Al-Amin Di Kota Yogyakarta*. 1–244. [dspace.uui.ac.id/123456789/54064](https://doi.org/10.24054/dspace.uui.ac.id/123456789/54064)
- Kusnandar, D. L., Mulyana, D., Sari, D. P., & Sahroni, N. (2023). DHIGANA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bidang Ilmu Manajemen Kecakapan Literasi Keuangan Pada Anak Usia Sekolah Dasar Sebagai Upaya Pembentukan Karakter Cerdas Mengelola Uang Siliwangi. *DHIGANA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bidang Ilmu Manajemen*, 1(2), 36–46.
- Nasution, C. M., Ratih, D., Patricia, A., Girsang, C., Safitri, S., & Ritonga, F. U. (2023). Pelatihan Pendidikan Berupa Taman Belajar Bagi Anak Yayasan Panti Asuhan

# **El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat**

Vol 5 No 6 (2025) 560 – 571 P-ISSN 2746-9794 E-ISSN 2747-2736

DOI: 10.47467/elmujtama.v5i6.9437

Sayangi Anak Kasih Hati. *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi*, 3(1), 141–148. <https://doi.org/10.58466/literasi.v3i1.890>

Qadir, A., & Ramli, M. (2024). Media Sosial (Definisi, Sejarah Dan Jenis-Jenisnya). *Al-Furqan : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3(Vol. 3 No. 6 (2024): November : Al-Furqan : Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya), 2714. <https://publisherqu.com/index.php/Al-Furqan>

Rohman, M., Maharani, A., Ramadhani, N., & Agustina, A. (2025). *Pemberdayaan Anak Panti Asuhan Melalui Pelatihan Kerajinan Manik- Manik Dan Pemasaran Syariah Di Panti Asuhan Asrama*. 02(04), 1146–1151. <https://doi.org/10.47233/jipm.v2i1>

Sidiq, M. F., Nurmeta, I. K., & Maula, L. H. (2023). Model Experiential Learning Dalam Meningkatkan Pemahaman Literasi Finansial Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, 9(4), 1631–1637. <https://doi.org/10.31949/educatio.v9i4.5482>

Suriani, L., Mairiadi, Y., Studi, P., Bisnis, A., Studi, P., Publik, A., Asuhan, P., & Hasanah, A. (2025). *Pelatihan manajemen umkm pada panti asuhan al hasanah*. 5, 146–151. [https://doi.org/10.36378/bhakti\\_nagori.v5i1.4247](https://doi.org/10.36378/bhakti_nagori.v5i1.4247)

Susanti, I., & Kemala, R. (2023). The Role of Financial Literacy in Developing Financial Management Skills in Early Children. *Kompartemen: Kumpulan Orientasi Pasar Konsumen*, 1(2), 85–89. <https://doi.org/10.56457/kompartemen.v1i2.484>