



Integrated catering training for PKK women empowerment: Production, presentation, and digital promotion

Fitri Rahmawati¹, Novi Trilisiana¹, Badraningsih Lastariwati², Luthfi Riyadh Rahman³
^{1,2,3} Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia
novitri@uny.ac.id¹

ABSTRACT

This community service program was conducted to empower women in PKK Dusun Gondanglegi, Sleman, through integrated vocational training in catering. The program aimed to improve participants' competencies in food production, professional presentation, and digital promotion. The primary reason was a gap between participants' actual capacities and competitive catering standards: 25 active PKK members earned an average monthly revenue of under IDR 500,000, served only local orders, and relied entirely on word-of-mouth marketing, with no digital presence. The program applied competency-based training through three sequential stages: cognitive knowledge on catering management, cost calculation, and entrepreneurship; hands-on practice in menu diversification, plating, and packaging; and digital promotional content creation using smartphones. Evaluation applied the Kirkpatrick Model at two levels: Level 1 measured satisfaction via a 5-point Likert scale (mean = 4.25/5.00), and Level 2 assessed competency mastery through written tests and rubric-based assessments. All four groups achieved the "Excellent" (Istimewa) category with scores between 85-93. The program also led to the formation of a pilot catering business unit receiving three initial orders, demonstrating that integrated multi-competency training yields more sustainable empowerment outcomes than single-intervention approaches.

ARTICLE INFO

Article History:

Received: 19 Jan 2026

Revised: 12 May 2026

Accepted: 23 May 2026

Publish online: 24 Jun 2026

Keywords:

catering business; digital marketing; vocational training; women empowerment

Open access

Dedicated: Journal of Community Services (Pengabdian kepada Masyarakat) is a peer-reviewed open-access journal

ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk memberdayakan ibu-ibu PKK Dusun Gondanglegi, Sleman, melalui pelatihan vokasional terpadu usaha catering. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi peserta dalam produksi makanan, penyajian profesional, serta promosi digital. Alasan utama dilaksanakannya program ini adalah ditemukannya kesenjangan antara kapasitas aktual peserta dan standar usaha catering yang kompetitif: 25 anggota PKK aktif memperoleh rata-rata pendapatan di bawah Rp500.000 per bulan, hanya melayani pesanan di lingkup dusun, dan sepenuhnya mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut tanpa kehadiran digital. Program dilaksanakan menggunakan metode pelatihan berbasis kompetensi melalui tiga tahap: pengetahuan kognitif tentang manajemen catering, perhitungan biaya, dan kewirausahaan; praktik penganekaragaman menu, plating, dan pengemasan; serta pembuatan konten promosi digital menggunakan ponsel pintar. Evaluasi menggunakan Model Kirkpatrick dua level: Level 1 mengukur kepuasan peserta melalui skala Likert 5 poin (rerata 4,25/5,00), dan Level 2 menilai penguasaan kompetensi melalui tes tertulis dan rubrik penilaian praktik. Seluruh kelompok memperoleh kategori "Istimewa" dengan skor 85-93. Program ini juga mendorong terbentuknya satu kelompok usaha catering rintisan yang menerima tiga pesanan awal, membuktikan bahwa pelatihan vokasional terpadu multi-kompetensi menghasilkan dampak pemberdayaan yang lebih signifikan dibandingkan dengan intervensi tunggal.

Kata Kunci: pelatihan vokasional terpadu; pemberdayaan perempuan; promosi digital; usaha catering

How to cite (APA 7)

Rahmawati, F., Trilisiana, N., Lastariwati, B., & Rahman, L. R. (2026). Integrated catering training for PKK women empowerment: Production, presentation, and digital promotion. *Dedicated: Journal of Community Services (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 4(1), 293-306.

Peer review

This article has been peer-reviewed through the journal's standard double-blind peer review, where both the reviewers and authors are anonymised during review.



Copyright

2026, Fitri Rahmawati, Novi Trilisiana, Badraningsih Lastariwati, Luthfi Riyadh Rahman. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author, and source are credited. *Corresponding author: novitri@uny.ac.id

INTRODUCTION

Sektor usaha mikro kuliner di Indonesia mencatat pertumbuhan yang signifikan dalam satu dekade terakhir. Badan Pusat Statistik dalam artikelnya yang berjudul “*Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023*” (<https://www.bps.go.id/id/publication/2024/12/23/f2c7743c4712aaeaa4abf694/statistik-penyediaan-makanan-dan-minuman-2023.html>) menyebutkan bahwa sektor penyediaan makanan dan minuman merupakan salah satu segmen terbesar UMKM nasional dengan 4,85 juta unit usaha yang menyerap 9,80 juta tenaga kerja pada tahun 2023. Lebih lanjut, perempuan mendominasi sebagai pelaku usaha mikro kuliner di tingkat rumah tangga (Setyaningrum *et al.*, 2023). Kondisi ini menempatkan perempuan sebagai aktor kunci dalam ketahanan ekonomi keluarga berbasis usaha mikro kuliner. Namun, potensi besar ini belum sepenuhnya terwujud karena sebagian besar pelaku usaha kuliner perempuan di tingkat desa menghadapi tiga hambatan struktural yang saling berkaitan: keterbatasan keterampilan produksi dan inovasi menu, rendahnya kualitas penyajian produk, serta minimnya kemampuan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar di luar lingkup komunitas lokal (Hardilawati, 2020; Nuryanto & Alayubi, 2021). Ketiga hambatan ini secara bersama-sama menghambat transformasi usaha catering rumahan dari aktivitas subsisten menjadi usaha yang kompetitif dan berkelanjutan.

Dalam konteks pemberdayaan ekonomi perempuan di tingkat desa, organisasi Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) memiliki posisi strategis yang tidak dapat diabaikan. PKK merupakan organisasi perempuan terbesar di Indonesia yang menjangkau seluruh tingkatan wilayah, dari provinsi hingga dusun, dengan keanggotaan yang terdiri dari ibu-ibu rumah tangga yang memiliki potensi besar sebagai pelaku ekonomi lokal (Husni, 2021; Pathony, 2019). Berbagai studi menunjukkan bahwa PKK berfungsi sebagai katalisator pemberdayaan ekonomi perempuan melalui pelatihan keterampilan dan pengembangan kapasitas kewirausahaan (Riandika & Mulyani, 2020; Setyaningrum *et al.*, 2023). Namun, efektivitas pemberdayaan ini sangat bergantung pada kualitas program intervensi yang diberikan. Program yang hanya menyentuh satu dimensi kompetensi, misalnya keterampilan produksi tanpa disertai kemampuan pemasaran, cenderung menghasilkan dampak ekonomi yang terbatas dan tidak berkelanjutan (Khonitatillah, 2024; Nuryanto & Alayubi, 2021). Oleh karena itu, desain program pemberdayaan yang integratif dan berbasis pada kebutuhan nyata mitra menjadi prasyarat utama bagi keberhasilan program.

PKK Dusun Gondanglegi, Wedomartani, Ngemplak, Sleman merupakan salah satu kelompok PKK yang anggotanya telah merintis usaha catering rumahan secara mandiri. Berdasarkan analisis situasi yang dilakukan tim pengabdian melalui wawancara terstruktur dan observasi langsung pra-kegiatan terhadap 25 anggota aktif, ditemukan gambaran kondisi yang secara konkret mencerminkan ketiga hambatan struktural tersebut. Seluruh peserta menjalankan usaha catering dengan rata-rata pendapatan di bawah Rp 500.000 per bulan, dengan jangkauan pasar yang sepenuhnya terbatas pada lingkup Padukuhan Gondanglegi. Permintaan bersifat musiman dan sangat bergantung pada momentum hari besar keagamaan atau hajatan warga, sehingga pada bulan-bulan tanpa acara khusus, pesanan dapat turun drastis bahkan hingga nol. Dari sisi produksi, variasi menu yang ditawarkan sangat terbatas dan belum memperhatikan prinsip gizi seimbang maupun segmentasi konsumen. Dari sisi penyajian, teknik *plating* dan pengemasan masih sangat sederhana dan tidak memenuhi standar estetika produk yang kompetitif. Dari sisi pemasaran, seluruh peserta masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan belum memanfaatkan platform media sosial untuk mempromosikan produk mereka secara aktif.

Kondisi tersebut mencerminkan kesenjangan yang signifikan antara kapasitas aktual anggota PKK Gondanglegi dan standar minimum untuk usaha catering yang kompetitif. Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 1096/MENKES/PER/VI/2011 menetapkan standar higiene, sanitasi, dan kualitas penyajian sebagai persyaratan dasar bagi usaha jasa boga yang layak (Mathofani *et al.*, 2022). Pada tataran

kompetitif, usaha catering yang mampu mempertahankan variasi menu, menghadirkan penyajian yang menarik, dan menggunakan media sosial secara aktif terbukti mampu meningkatkan volume pesanan secara signifikan dibandingkan dengan usaha sejenis yang tidak berinovasi (Mahardhika & Sunariani, 2019; Saerang, 2020; Tangkudung *et al.*, 2024). Sementara itu, penetrasi media sosial di Indonesia yang telah mencapai 139,0 juta pengguna aktif (data We Are Social and Hootsuite 2024 pada: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>) menegaskan bahwa ketidakmampuan memanfaatkan media digital bukan sekadar kelemahan kompetitif, melainkan ketertinggalan struktural yang akan semakin memperlebar jarak antara usaha catering PKK Gondanglegi dan para pesaingnya. Sejumlah studi dan program pengabdian terdahulu telah berupaya menjawab sebagian tantangan ini. Pelatihan pembuatan produk kreatif bagi ibu-ibu PKK terbukti berhasil meningkatkan keterampilan produksi, namun intervensinya tidak mencakup aspek manajemen usaha dan pemasaran (Tusino *et al.*, 2023).

Program pemberdayaan ibu rumah tangga melalui pengolahan dan pemasaran produk kuliner menunjukkan bahwa meskipun keterampilan produksi meningkat, keberlanjutan usaha tetap memerlukan integrasi keterampilan pemasaran digital yang terstruktur (Azizah *et al.*, 2022). Temuan serupa diperoleh dari program pengabdian bagi kelompok PKK: ibu-ibu PKK telah memiliki produk dan kapasitas produksi, namun jangkauan pasar tetap terbatas karena minimnya penguasaan strategi promosi digital (Nuryanto & Alayubi, 2021). Pendekatan pelatihan bagi ibu-ibu PKK terbukti mampu meningkatkan keterampilan teknis secara signifikan, namun tanpa komponen pemasaran yang terintegrasi, dampaknya terhadap perekonomian dalam jangka panjang tetap terbatas (Hutapea & Sembiring, 2021). Kesenjangan yang belum tertangani adalah belum adanya program intervensi yang mengintegrasikan tiga aspek kompetensi usaha catering, yaitu produksi, penyajian profesional, dan promosi digital, dalam satu paket pelatihan terstruktur yang dirancang khusus untuk kelompok PKK dengan keterbatasan akses pasar di tingkat padukuhan. Kebaruan ilmiah dari pengabdian ini terletak pada integrasi tiga aspek kompetensi usaha catering, yaitu produksi, penyajian, dan promosi digital, dalam satu program pelatihan bertahap yang dirancang berdasarkan hasil analisis kebutuhan mitra secara langsung.

Berbeda dengan program-program terdahulu yang hanya mengintervensi satu dimensi kompetensi, program ini bertolak dari premis bahwa daya saing usaha catering hanya dapat meningkat secara signifikan dan berkelanjutan apabila ketiga aspek tersebut dikembangkan secara bersamaan dan saling menopang (Tusino *et al.*, 2023). Artikel ini berkontribusi pada literatur pengabdian masyarakat dengan menyajikan bukti empiris bahwa program pelatihan terpadu multi-kompetensi menghasilkan dampak pemberdayaan yang lebih signifikan dibandingkan intervensi tunggal, sekaligus menawarkan model yang dapat direplikasi pada komunitas PKK serupa di Indonesia. Berdasarkan uraian tersebut, tujuan pengabdian ini adalah meningkatkan kemampuan produksi melalui penganeekaragaman menu catering yang memperhatikan keseimbangan gizi dan efisiensi biaya, meningkatkan kemampuan penyajian dan pengemasan produk catering secara lebih profesional, serta mengembangkan keterampilan pembuatan konten promosi kreatif berbasis digital untuk memperluas jangkauan pasar usaha catering ibu-ibu PKK Gondanglegi melampaui lingkup dusun.

Literature Review

Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Berbasis Pelatihan Kompetensi

Pemberdayaan ekonomi perempuan melalui pelatihan keterampilan telah diakui sebagai salah satu pendekatan paling efektif dalam pengembangan ekonomi masyarakat di tingkat lokal. Dalam kerangka teori pemberdayaan berbasis kapasitas, terdapat perbedaan mendasar antara pemberdayaan yang sekadar mentransfer pengetahuan dan pemberdayaan yang secara sistematis membangun kapasitas individu untuk bertindak secara mandiri dan berkelanjutan (Mamo *et al.*, 2021). Program pelatihan

manajemen berbasis kebutuhan nyata pelaku usaha lokal terbukti secara efektif meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta secara terukur dan berkelanjutan dalam konteks Indonesia (Khoirunnisa, 2025; Yunita *et al.*, 2021). Distingsi ini sangat relevan: pelatihan yang hanya memberikan informasi tanpa pengembangan keterampilan praktis tidak akan menghasilkan perubahan ekonomi yang nyata. Oleh karena itu, program yang efektif harus melewati tiga tahap, yaitu transfer pengetahuan kognitif, internalisasi melalui praktik langsung, dan penguatan melalui pendampingan. Dalam konteks organisasi PKK, pelatihan keterampilan merupakan instrumen pemberdayaan yang paling banyak diterapkan. Pelatihan kewirausahaan bagi ibu-ibu PKK terbukti mampu secara signifikan meningkatkan motivasi berwirausaha dan kesadaran akan peluang ekonomi lokal (Susanti, 2026; Widodo *et al.*, 2020).

Kualitas layanan dan kualitas produk secara bersamaan membentuk kepuasan dan loyalitas konsumen, yang menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi produksi berdampak langsung pada keberlanjutan usaha kuliner (Kunadi & Wuisan, 2021). Inovasi dalam desain program pelatihan PKK, termasuk penggunaan media pembelajaran yang beragam, terbukti meningkatkan penguasaan keterampilan peserta secara lebih efektif. Pengembangan kapasitas kader PKK melalui pelatihan terstruktur juga terbukti meningkatkan efektivitas organisasi dalam menjalankan program pemberdayaan secara berkelanjutan (Khonitatillah, 2024). Relevansi pendekatan ini diperkuat oleh pentingnya analisis kebutuhan pelatihan sebelum merancang program: desain yang berangkat dari kebutuhan nyata peserta terbukti menghasilkan tingkat penguasaan kompetensi yang lebih tinggi dibandingkan dengan program generik, sesuai dengan penjelasan Sudjana dalam bukunya "*Sistem dan Manajemen Pelatihan Teori dan Aplikasi*".

Pemberdayaan ekonomi ibu-ibu PKK melalui pelatihan keterampilan praktis, bahkan dalam kondisi darurat seperti pandemi COVID-19, terbukti mampu menghasilkan produk bernilai ekonomi dan berkontribusi pada kesejahteraan komunitas (Aini, 2022). Program pembinaan PKK yang terstruktur juga efektif dalam memberdayakan keluarga prasejahtera secara ekonomi (Alvianta *et al.*, 2021). Pendekatan penyuluhan dan pelatihan secara bersamaan terbukti menghasilkan peningkatan keterampilan yang lebih signifikan dibandingkan dengan penyuluhan saja, sekaligus membangkitkan motivasi peserta untuk membangun usaha mandiri (Hutapea & Sembiring, 2021). Secara keseluruhan, bukti-bukti tersebut menegaskan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik yang dirancang sesuai dengan kebutuhan nyata mitra merupakan prasyarat keberhasilan program pemberdayaan perempuan berbasis PKK.

Kompetensi Produksi, Penyajian, dan Kualitas Layanan Katering

Nugraheni dalam bukunya "*Pengelolaan Usaha Boga*" menyebutkan bahwa usaha katering adalah usaha jasa boga yang menyediakan produk makanan sekaligus layanan penyajian yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 1096/MENKES/PER/VI/2011, usaha jasa boga diklasifikasikan ke dalam Golongan A, Golongan B, dan Golongan C berdasarkan cakupan pelayanan serta karakteristik konsumen. Usaha katering yang dikelola oleh kader PKK Gondanglegi pada umumnya termasuk dalam jasa boga Golongan A yang melayani kebutuhan masyarakat umum dalam skala relatif kecil. Meskipun demikian, usaha tersebut tetap harus memenuhi standar higiene dan sanitasi pangan, menjaga kualitas produk, serta memberikan layanan yang baik guna meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing usaha. Pelatihan manajemen usaha boga berbasis kompetensi terbukti secara efektif meningkatkan kapasitas pelaku UMKM kuliner dalam memenuhi standar operasional tersebut (Laili *et al.*, 2023).

Pada dimensi kompetensi produksi, kualitas dan variasi menu merupakan faktor penentu daya saing yang paling mendasar. Kualitas produk makanan terbukti secara signifikan memengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen pada usaha kuliner digital di Indonesia (Kunadi & Wuisan, 2021). Kualitas produk dan layanan katering UMKM secara bersamaan memengaruhi kepuasan pelanggan, dengan konsistensi

standar produksi sebagai faktor yang paling dominan (Hidayatulloh *et al.*, 2021). Kualitas layanan catering yang unggul tidak hanya ditentukan oleh cita rasa, tetapi juga oleh konsistensi standar produksi, inovasi menu yang responsif terhadap tren konsumen, serta profesionalisme dalam penyajian (Laili *et al.*, 2023). Pada dimensi penyajian, estetika produk makanan memengaruhi persepsi kualitas dan keputusan pembelian konsumen secara signifikan. Inovasi kemasan pada produk makanan UMKM terbukti secara signifikan meningkatkan nilai persepsi konsumen dan mendorong keputusan pembelian, bahkan pada segmen konsumen yang sebelumnya tidak mengenal produk tersebut (Tangkudung *et al.*, 2024). Teknik *plating* dan desain kemasan merupakan instrumen pemasaran yang memperkuat identitas produk dan kepercayaan konsumen, bukan sekadar elemen estetika tambahan, sesuai dengan pernyataan Nugraheni dalam bukunya "*Pengelolaan Usaha Boga*". Aspek higiene dan sanitasi dalam penyajian merupakan kewajiban regulatif sekaligus prasyarat kompetensi yang tidak dapat dikompromikan (Fitriani & Ikawati, 2025; Mathofani *et al.*, 2022).

Usaha catering yang mampu menjaga inovasi produk dan standar kualitas layanan, bahkan dalam kondisi tekanan ekonomi seperti pandemi, menunjukkan ketahanan bisnis yang lebih baik (Sugito *et al.*, 2023). Strategi diversifikasi menu dan inovasi kemasan menjadi faktor pembeda utama yang meningkatkan daya saing usaha catering berskala kecil, sebagaimana ditunjukkan dalam studi kasus Shinta Catering Depok (Hidayatulloh *et al.*, 2021). Keberlanjutan bisnis catering tidak hanya bergantung pada peningkatan penjualan, tetapi juga pada pemeliharaan hubungan yang baik dengan pelanggan serta pengembangan inovasi produk secara konsisten (Sugito *et al.*, 2023). Aspek ini berkaitan erat dengan kebijakan pemberdayaan perempuan berbasis PKK yang menegaskan bahwa pengembangan keterampilan produksi dan layanan catering merupakan implementasi nyata program Gerakan PKK di tingkat lokal (Isroyanti, 2023).

Pemasaran Digital sebagai Strategi Ekspansi Pasar UMKM Kuliner

Transformasi digital dalam pemasaran UMKM kuliner telah berlangsung secara masif di Indonesia, terutama pasca-pandemi COVID-19. Data dari We Are Social & Hootsuite (dapat diakses pada: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>) menyebutkan terdapat 139,0 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia, setara dengan 49,9 persen dari total populasi, sehingga menjadikan platform digital sebagai ruang pemasaran yang tidak dapat diabaikan oleh pelaku usaha kuliner. UMKM yang mengadopsi strategi pemasaran digital sebagai respons terhadap tekanan pandemi terbukti berhasil mempertahankan omzet yang lebih baik dibandingkan dengan UMKM yang tidak berinovasi (Hardilawati, 2020; Trilisiana *et al.*, 2024). Kondisi ini menciptakan peluang pasar yang belum dimanfaatkan oleh sebagian besar pelaku usaha catering rumahan yang masih bergantung pada promosi konvensional.

Usaha catering yang secara aktif menggunakan Instagram terbukti mengalami peningkatan jumlah pesanan yang signifikan dibandingkan usaha sejenis yang hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut (Mahardhika & Sunariani, 2019). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran digital terbukti meningkatkan jangkauan pasar dan daya saing UMKM kuliner di Indonesia secara signifikan (Saerang, 2020; Wijaya *et al.*, 2023). Konten foto produk yang konsisten dan narasi promosi yang menarik menjadi faktor diferensiasi utama yang meningkatkan visibilitas usaha catering (Hidayatulloh *et al.*, 2021). Kemampuan membangun dan memelihara kehadiran merek secara digital merupakan faktor penentu keberlanjutan usaha catering di era digital (Sugito *et al.*, 2023).

Penerapan *e-commerce* dan media sosial oleh kelompok PKK dalam memasarkan produk menunjukkan bahwa hambatan utama bukan pada ketersediaan platform, melainkan pada kapasitas anggota dalam memproduksi konten yang menarik secara visual. Anggota PKK yang kapasitas produksinya meningkat pun belum dapat mengeksplorasi peluang digital secara optimal tanpa pelatihan pembuatan konten yang spesifik (Nuryanto & Alayubi, 2021). Temuan ini mempertegas bahwa pelatihan pembuatan konten

menggunakan perangkat sederhana seperti ponsel pintar adalah intervensi yang paling relevan dan langsung dapat diterapkan, serta menjadi kerangka yang mendasari rancangan tahap ketiga pelatihan dalam program pengabdian ini.

Model Evaluasi Kirkpatrick sebagai Kerangka Pengukuran Efektivitas Pelatihan

Pengukuran efektivitas program pelatihan dalam kegiatan pengabdian masyarakat memerlukan kerangka evaluasi yang sistematis dan telah divalidasi. Kirkpatrick, dalam buku "*Evaluating Training Programs: The four levels*", disebutkan bahwa Model Evaluasi Kirkpatrick telah diakui secara luas sebagai standar evaluasi pelatihan yang komprehensif, dengan membagi pengukuran efektivitas ke dalam empat level: reaksi peserta (Level 1), pembelajaran (Level 2), perubahan perilaku (Level 3), dan dampak organisasi atau masyarakat (Level 4). Penerapan model Kirkpatrick dalam konteks program pemberdayaan masyarakat di Indonesia menunjukkan bahwa evaluasi pada Level 1 dan 2 secara konsisten menghasilkan data yang cukup untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan program serta mengarahkan perbaikan pada siklus berikutnya.

Level 1 mengukur reaksi dan kepuasan peserta terhadap pelaksanaan pelatihan, yang menjadi indikator penting penerimaan program oleh mitra. Level 2 mengukur sejauh mana peserta menguasai pengetahuan dan keterampilan yang diajarkan, yang dapat dinilai melalui tes tertulis dan penilaian praktik berbasis rubrik. Evaluasi pelatihan yang terstruktur menggunakan instrumen tervalidasi secara konsisten menghasilkan data yang cukup untuk mengidentifikasi efektivitas program dan mengarahkan perbaikan, sehingga tingkat penguasaan keterampilan peserta lebih tinggi dibandingkan dengan program tanpa evaluasi yang sistematis (Rusli *et al.*, 2021). Penerapan kerangka Kirkpatrick dalam program ini, dengan demikian, tidak hanya berfungsi sebagai alat pengukuran, tetapi juga sebagai instrumen penjaminan kualitas yang memastikan setiap tahap pelatihan berjalan secara efektif dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

METHODS

Program pemberdayaan ini merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perguruan tinggi bersama mitra dengan menggunakan pendekatan pelatihan dan pendampingan berbasis kompetensi (*competency-based training*). Metode yang digunakan adalah metode pendidikan dan pelatihan (diklat) yang mencakup kombinasi ceramah, demonstrasi, dan praktik langsung, sesuai dengan penjelasan Sudjana pada tahun 2007 dalam bukunya "*Sistem dan Manajemen Pelatihan Teori dan Aplikasi*". Pendekatan ini dipilih karena terbukti efektif dalam mengembangkan keterampilan vokasional pada kelompok dewasa yang memiliki pengalaman praktis namun minim pengetahuan formal. Kegiatan dilaksanakan di balai pertemuan Dusun Gondanglegi, Wedomartani, Ngemplak, Sleman, pada 27 Juni - 5 Juli 2025, dengan total 4 sesi pelatihan dalam 2 hari.

Tabel 1. Profil Peserta Pelatihan Usaha Katering PKK Gondanglegi

No	Karakteristik	Keterangan
1	Jumlah Peserta	25 orang (total sampling: seluruh anggota aktif PKK Dusun Gondanglegi)
2	Rata-rata Pendapatan Usaha Katering	Di bawah Rp 500.000 per bulan (berdasarkan pra-survei)
3	Jangkauan Pasar	Seluruhnya terbatas di dalam Dusun Gondanglegi
4	Pengalaman Usaha	Memiliki pengalaman katering rumahan (pesanan nasi box dan masakan acara)

No	Karakteristik	Keterangan
5	Pengetahuan Manajemen Usaha	Belum memiliki pengetahuan formal tentang manajemen usaha boga
6	Kemampuan Pemasaran Digital	Seluruhnya (100%) mengandalkan promosi dari mulut ke mulut; belum memanfaatkan media sosial

Sumber: Hasil Wawancara dan Observasi Pra-Kegiatan, 2025

Peserta kegiatan adalah 25 anggota aktif PKK Dusun Gondanglegi yang dipilih menggunakan teknik *total sampling*, yakni seluruh anggota aktif PKK diikutsertakan tanpa pengecualian. Teknik total sampling dipilih karena populasi target berjumlah kecil dan seluruhnya relevan dengan program, sehingga inklusi penuh lebih representatif dibandingkan pengambilan sampel parsial. Analisis situasi pra-kegiatan melalui wawancara terstruktur dan observasi langsung dilakukan sebelum program dirancang untuk memastikan materi dan metode pelatihan benar-benar menjawab kesenjangan kompetensi yang nyata dihadapi peserta. Karakteristik peserta disajikan pada **Tabel 1**.

Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan dirancang dalam tiga tahap yang berjenjang dan saling menopang. Tahap pertama berfokus pada penguatan pengetahuan kognitif, mencakup konsep dasar usaha boga, prinsip gizi seimbang dalam penyusunan menu, teknik pengolahan makanan yang aman, tata cara produksi yang baik sesuai standar Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1096/MENKES/PER/VI/2011 tentang Higiene Sanitasi Jasaboga, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan harga jual, penentuan titik impas (*break-even point*), serta dasar-dasar kewirausahaan dan perizinan usaha. Tahap kedua difokuskan pada praktik langsung: peserta berlatih mengembangkan variasi menu selama tiga hari, teknik *plating* dan *garnish*, serta pemilihan kemasan yang menarik sesuai dengan segmen pasar yang dituju (Tangkudung *et al.*, 2024). Tahap ketiga, yang didasarkan pada bukti efektivitas pemasaran digital bagi UMKM kuliner (Saerang, 2020), diarahkan pada pengembangan keterampilan promosi digital: peserta belajar mengambil foto produk menggunakan ponsel pintar, menyusun *caption* promosi yang efektif, serta mengelola akun media sosial untuk usaha katering.

Tahap Pendampingan

Setelah rangkaian pelatihan selesai, peserta didampingi secara langsung oleh tim pengabdian dalam merintis usaha katering secara kolektif. Pendampingan mencakup bimbingan manajemen pesanan, penetapan harga, serta pengelolaan media sosial usaha. Metode ceramah digunakan untuk materi kognitif, metode demonstrasi untuk materi keterampilan konkret seperti *plating* dan pengambilan foto produk, sedangkan metode praktik langsung memberikan kesempatan kepada peserta untuk mencoba sendiri seluruh prosedur dengan bahan yang disediakan oleh tim pelatih (Laili *et al.*, 2023).

Rancangan Evaluasi

Evaluasi kegiatan mengacu pada Model Evaluasi Kirkpatrick yang membagi evaluasi pelatihan menjadi empat level, sesuai dengan penjelasan Kirkpatrick dalam bukunya "*Evaluating Training Programs: The four levels*". Program ini mengimplementasikan dua level pertama yang relevan untuk mengukur efektivitas pelatihan jangka pendek. Evaluasi Level 1 mengukur reaksi dan kepuasan peserta menggunakan lembar respons berbasis skala Likert 5 poin (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju) yang mencakup tujuh dimensi: kesesuaian materi, kemudahan penyampaian, motivasi berwirausaha, kecukupan fasilitas, ketepatan waktu, kenyamanan mengikuti pelatihan, dan kesediaan

merekomendasikan pelatihan. Instrumen ini dikembangkan berdasarkan kerangka evaluasi reaksi yang telah divalidasi.

Evaluasi Level 2 menggunakan tes tertulis dan rubrik penilaian praktik yang mencakup lima dimensi, masing-masing berbobot 20 poin, yaitu variasi menu selama 3 hari, kelengkapan resep standar, ketepatan perhitungan HPP dan harga jual, alur manajemen usaha, serta kreativitas dan penyajian. Ambang kategori "Istimewa" ditetapkan pada skor lebih dari atau sama dengan 85 dari total 100 poin, mengacu pada standar penilaian kompetensi vokasional dalam program pelatihan keterampilan boga (Laili *et al.*, 2023). Rubrik divalidasi melalui uji kesepakatan antar penilai menggunakan persentase kesepakatan sebelum digunakan, untuk memastikan konsistensi penilaian antar penilai dalam tim. Dari sisi pengetahuan, pelatihan dianggap berhasil apabila peserta mampu menjawab minimal 80 persen pertanyaan evaluasi kognitif dengan benar.

RESULTS AND DISCUSSION

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat berupa pemberdayaan ibu-ibu PKK Gondanglegi melalui pelatihan usaha catering terpadu telah berjalan sesuai rencana dalam tiga tahap: persiapan, pelaksanaan pelatihan, dan pendampingan. Peserta yang terlibat adalah 25 anggota PKK Gondanglegi, dengan dukungan penuh dari perangkat desa, tim dosen, dan mahasiswa pendamping. Tahap persiapan diawali dengan koordinasi intensif antara tim pelaksana dan pihak mitra untuk mengonfirmasi kebutuhan spesifik, menetapkan lokasi pelatihan, serta menyempurnakan materi berdasarkan temuan pra-survei. Penyiapan peralatan praktik, bahan makanan, serta media pembelajaran dilakukan secara paralel untuk memastikan kelancaran teknis pada setiap sesi.

Pelaksanaan kegiatan inti terdiri dari tiga sesi pelatihan yang dilaksanakan secara berurutan. Pada sesi pertama (produksi), peserta belajar mengolah dan mengembangkan variasi menu yang sesuai dengan prinsip gizi seimbang sambil memperhatikan efisiensi biaya dan kualitas cita rasa. Pada sesi kedua (penyajian dan pengemasan), peserta berlatih teknik *plating* sederhana, memilih kemasan yang menarik, serta menyesuaikan presentasi produk dengan segmen pasar yang dituju. Pada sesi ketiga (promosi digital), peserta memperoleh keterampilan dasar dalam membuat konten promosi menggunakan ponsel pintar, mulai dari teknik pengambilan foto produk hingga penyusunan *caption* yang efektif untuk media sosial.



Gambar 1. Peserta Pelatihan sedang Memilih dan Menyiapkan Bahan Masakan pada Sesi Produksi
Sumber: Dokumentasi Pengabdian kepada Masyarakat, 2025

Dokumentasi visual kegiatan pelatihan disajikan pada **Gambar 1** dan **Gambar 2**. **Gambar 1** menampilkan peserta yang sedang memilih dan menyiapkan bahan masakan pada sesi produksi, di mana peserta belajar mengenal standar kualitas bahan baku serta teknik persiapan yang higienis.



Gambar 2. Peserta Pelatihan sedang Berlatih Teknik Pengemasan Produk pada Sesi Penyajian
Sumber: Dokumentasi Pengabdian kepada Masyarakat, 2025

Gambar 2 menampilkan peserta yang sedang berlatih teknik pengemasan produk pada sesi penyajian, di mana setiap peserta mencoba menerapkan prinsip estetika kemasan yang menarik dan sesuai standar layanan catering. Kegiatan pelatihan mendapat respons yang sangat positif dari peserta. Berdasarkan evaluasi Level 1, diperoleh nilai rata-rata 4,25 dari skala 5, menandakan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap materi, metode, dan manfaat pelatihan. Pada evaluasi Level 2, seluruh kelompok peserta mampu menyelesaikan tugas praktik dengan skor di atas ambang kategori "Istimewa".

Hasil Evaluasi Level 1

Evaluasi Level 1 dilakukan segera setelah pelatihan berakhir menggunakan instrumen skala Likert 5 poin, disajikan secara lengkap dalam **Tabel 2**.

Tabel 2. Hasil Respons Peserta (Evaluasi Level 1 - Skala Likert 5 Poin)

No	Aspek Penilaian	Rerata
1	Materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan saya dalam mengembangkan usaha catering.	4,50
2	Cara penyampaian materi oleh narasumber mudah dipahami.	4,25
3	Pelatihan ini membuat saya termotivasi untuk memulai atau mengembangkan usaha catering.	4,15
4	Fasilitas pelatihan (tempat, alat bantu, konsumsi, dll.) sudah memadai.	3,90
5	Waktu pelaksanaan pelatihan sudah tepat dan sesuai.	4,00
6	Saya merasa nyaman dan tertarik selama mengikuti seluruh sesi pelatihan.	4,60
7	Saya akan merekomendasikan pelatihan ini kepada ibu-ibu lain.	4,35
Rerata Keseluruhan		4,25

Sumber: Hasil Pengabdian, 2025

Skor tertinggi diperoleh pada aspek kenyamanan mengikuti pelatihan (4,60) dan kesesuaian materi (4,50). Skor terendah diperoleh pada aspek fasilitas (3,90), yang mencerminkan keterbatasan peralatan memasak yang tersedia selama pelatihan. Skor motivasi berwirausaha mencapai 4,15 dan kesediaan merekomendasikan pelatihan kepada orang lain mencapai 4,35. Seluruh aspek berada di atas 3,50, yang menandakan tingkat penerimaan program yang baik dari seluruh peserta.

Hasil Evaluasi Level 2

Evaluasi Level 2 mengukur penguasaan pengetahuan dan keterampilan peserta melalui tes tertulis dan rubrik penilaian praktik. Peserta dibagi menjadi empat kelompok, masing-masing menyusun menu katering untuk tiga hari, melengkapi resep standar, menghitung HPP dan harga jual, merancang alur manajemen usaha katering, serta mempresentasikan kreativitas dalam penyajian produk. **Tabel 3** menyajikan hasil penilaian praktik secara lengkap.

Tabel 3. Hasil Penilaian Praktik Pelatihan Katering (Evaluasi Level 2)

Kelompok	Variasi Menu 3 Hari (20)	Resep Lengkap (20)	HPP & Harga Jual (20)	Alur Manajemen Usaha (20)	Kreativitas & Penyajian (20)	Total Skor	Kategori
Kelompok 1	18	19	18	17	18	90	Istimewa
Kelompok 2	19	18	19	18	19	93	Istimewa
Kelompok 3	17	17	16	18	17	85	Istimewa
Kelompok 4	18	18	18	19	18	91	Istimewa

Sumber: Hasil Pengabdian, 2025

Seluruh kelompok memperoleh skor di atas 85 dan masuk dalam kategori "Istimewa". Kelompok 2 meraih skor tertinggi (93) dengan keunggulan pada variasi menu (19), ketepatan perhitungan HPP (19), dan kreativitas penyajian (19). Kelompok 3 memperoleh skor terendah (85), terutama karena skor HPP-nya paling rendah (16) di antara semua kelompok. Kelompok 1 dan 4 memperoleh skor masing-masing 90 dan 91, dengan distribusi poin yang merata di seluruh dimensi penilaian. Selama tahap pendampingan, delapan peserta yang paling aktif sepakat untuk membentuk satu kelompok usaha katering rintisan. Kelompok ini berhasil menerima tiga pesanan uji coba dalam skala kecil, yaitu dua pesanan untuk kegiatan internal di dusun dan satu pesanan untuk pertemuan PKK tingkat kelurahan. Pemesanan dilakukan melalui kontak langsung dan akun WhatsApp Business yang dibuat khusus untuk kelompok usaha ini.

Discussion

Hasil evaluasi Level 2 membuktikan bahwa seluruh kelompok peserta berhasil mencapai kategori "Istimewa" dengan rentang skor 85-93, yang menandakan penguasaan kompetensi yang melampaui ambang batas minimum yang telah ditetapkan. Capaian ini mengonfirmasi efektivitas pendekatan pelatihan tiga tahap yang dirancang berdasarkan analisis kebutuhan nyata mitra. Program *capacity building* bagi perempuan wirausaha terbukti menghasilkan peningkatan kondisi sosial-ekonomi yang terukur, dan pelatihan keterampilan pada kelompok PKK terbukti mampu meningkatkan minat kewirausahaan dan kreativitas peserta (Mamo *et al.*, 2021; Yunita *et al.*, 2021). Dibandingkan dengan program serupa yang hanya berhasil meningkatkan satu atau dua dimensi kompetensi secara terpisah, program ini melampaui ketiganya dengan mengintegrasikan produksi, penyajian, dan promosi dalam satu paket intervensi yang kohesif (Hutapea & Sembiring, 2021; Nuryanto & Alayubi, 2021; Tusino *et al.*, 2023). Kualitas produk dan layanan katering merupakan determinan utama kepuasan konsumen, sementara

evaluasi kualitas yang terstruktur menjadi komponen kunci dalam peningkatan daya saing program pelatihan catering (Hidayatulloh *et al.*, 2021; Laili *et al.*, 2023).

Pada dimensi penyajian, antusiasme peserta yang tinggi terhadap sesi *plating* dan pengemasan mencerminkan kesadaran baru akan nilai estetika sebagai instrumen pemasaran. Inovasi kemasan pada produk makanan UMKM terbukti secara signifikan meningkatkan nilai persepsi konsumen dan mendorong keputusan pembelian, sekaligus menegaskan bahwa teknik *plating* dan desain kemasan merupakan penentu *perceived value* produk di mata konsumen (Tangkudung *et al.*, 2024). Penguatan ini sekaligus berdimensi regulatif: kepatuhan terhadap standar hygiene dan sanitasi dalam Permenkes 1096/2011 merupakan prasyarat legalitas usaha yang tidak dapat dikompromikan (Fitriani & Ikawati, 2025; Mathofani *et al.*, 2022). Skor evaluasi Level 1 untuk kenyamanan pelatihan (4,60) dan kesesuaian materi (4,50) menunjukkan bahwa desain program yang berangkat dari analisis kebutuhan aktual mitra menghasilkan tingkat penerimaan yang lebih tinggi. Skor fasilitas yang paling rendah (3,90) menjadi catatan konstruktif yang mengindikasikan perlunya investasi tambahan pada peralatan praktik untuk meningkatkan intensitas dan kualitas latihan.

Dari sisi promosi digital, keberhasilan seluruh peserta dalam memproduksi konten dasar menggunakan ponsel pintar membuktikan bahwa hambatan utama bukan teknologi, melainkan kapasitas konten (Nuryanto & Alayubi, 2021). UMKM kuliner yang menguasai pemasaran digital terbukti mampu meningkatkan jangkauan pasar secara signifikan (Saerang, 2020). Penetrasi 139,0 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia sebagai bukti kehadiran digital berdampak langsung pada peningkatan pesanan (Hidayatulloh *et al.*, 2021; Mahardhika & Sunariani, 2019). Penguasaan strategi digital merupakan faktor kunci dalam ketahanan UMKM di tengah kondisi ekonomi yang bergejolak (Hardilawati, 2020). Terbentuknya kelompok usaha catering rintisan dengan delapan anggota aktif dan tiga pesanan perdana merupakan bukti dampak nyata program yang melampaui capaian kompetensi individual, yakni transisi dari pelatihan menjadi aksi kewirausahaan kolektif yang konsisten dengan bukti bahwa program *capacity building* bagi perempuan wirausaha menghasilkan peningkatan kondisi sosial-ekonomi yang terukur (Mamo *et al.*, 2021).

Meskipun program ini menghasilkan capaian yang signifikan, terdapat empat keterbatasan yang perlu diakui. Pertama, tidak tersedianya data tindak lanjut (*follow-up*) jangka menengah membatasi kemampuan untuk menggeneralisasi temuan dan menilai dampak jangka panjang. Kedua, durasi pendampingan yang singkat belum cukup untuk mengobservasi keberlanjutan perubahan perilaku wirausaha peserta. Ketiga, keterbatasan fasilitas praktik yang tercermin dalam skor 3,90 berpotensi mengurangi waktu latihan yang efektif. Keempat, rintisan usaha yang terbentuk masih bergantung pada dukungan eksternal. Keterbatasan ini menegaskan bahwa program pengabdian semestinya terintegrasi dalam ekosistem dukungan lintas sektor, termasuk pemerintah desa, Dinas Koperasi, dan lembaga keuangan mikro.

Temuan ini memiliki implikasi pada tiga tingkat. Secara praktis, pengelola program PKK dan pemerintah desa dapat mengadopsi model pelatihan terpadu tiga tahap ini sebagai kerangka program pemberdayaan ekonomi perempuan yang terstandar. Secara kebijakan, Dinas Koperasi dan UKM perlu memfasilitasi kelompok usaha catering rumahan perempuan melalui skema pembiayaan mikro dan pendampingan usaha pasca pelatihan. Secara teoretis, artikel ini menambahkan bukti empiris pada literatur pemberdayaan berbasis kompetensi bahwa pendekatan multi-kompetensi terpadu menghasilkan dampak yang lebih holistik dibandingkan intervensi tunggal. Pada agenda riset masa depan, diperlukan studi longitudinal 12 bulan yang mengukur dampak menggunakan Kirkpatrick Level 3 dan 4, penelitian kuasi-eksperimental dengan kelompok kontrol untuk membuktikan kausalitas antara pelatihan terpadu dan peningkatan pendapatan nyata, serta pengujian replikasi model dalam konteks PKK perkotaan dan semi-urban untuk menguji generalisabilitasnya.

CONCLUSION

Program pelatihan vokasional terpadu bagi 25 ibu-ibu PKK Gondanglegi berhasil mencapai ketiga tujuan yang telah ditetapkan. Pertama, kemampuan produksi meningkat, ditandai dengan penguasaan penganekaragaman menu katering berbasis gizi seimbang serta perhitungan HPP yang akurat. Kedua, kemampuan penyajian dan pengemasan meningkat, dengan seluruh peserta yang mampu menerapkan teknik plating dan memilih kemasan sesuai segmen pasar. Ketiga, keterampilan promosi digital berkembang, dengan seluruh peserta yang mampu memproduksi konten foto produk dan mengelola akun media sosial untuk usaha katering. Capaian ini dikonfirmasi oleh evaluasi Kirkpatrick Level 1 (rerata kepuasan 4,25/5,00) dan Level 2 (seluruh kelompok kategori "Istimewa", skor 85-93), serta terbentuknya kelompok usaha katering rintisan yang membuktikan transisi nyata dari pelatihan menjadi aksi kewirausahaan kolektif.

Pendekatan multi-kompetensi terpadu ini menawarkan model yang berpotensi direplikasi pada komunitas PKK serupa di Indonesia. Untuk mengoptimalkan keberlanjutan dampak program, tiga arah strategis direkomendasikan. Pertama, pendampingan lanjutan yang lebih terstruktur disertai evaluasi dampak jangka menengah menggunakan Kirkpatrick Level 3 dan 4, melalui kunjungan tindak lanjut 6-12 bulan pasca pelatihan untuk mengukur perubahan perilaku wirausaha dan peningkatan pendapatan yang nyata. Kedua, replikasi model pada komunitas PKK lain dengan dukungan lintas sektor yang melibatkan pemerintah desa, Dinas Koperasi dan UKM, serta perguruan tinggi dalam ekosistem pendampingan yang berkelanjutan. Ketiga, agenda riset lanjutan berupa studi longitudinal dan kuasi-eksperimental dengan kelompok kontrol untuk menghasilkan bukti kausal yang lebih kuat tentang efektivitas model pelatihan terpadu ini, serta pengujian generalisabilitasnya dalam konteks PKK perkotaan dan semi-urban.

AUTHOR'S NOTE

Penulis menyatakan bahwa artikel ini disusun secara orisinal dan bebas dari unsur plagiarisme. Tidak terdapat konflik kepentingan (*conflict of interest*) dalam pelaksanaan program maupun penyusunan artikel ini. Seluruh data, analisis, dan hasil yang disajikan merupakan kontribusi nyata dari kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan. Ucapan terima kasih disampaikan kepada mitra pengabdian, yaitu ibu-ibu PKK Dusun Gondanglegi, Wedomartani, Ngemplak, Sleman, yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan dukungan penuh selama kegiatan berlangsung. Apresiasi juga diberikan kepada perangkat desa serta seluruh pihak yang turut membantu kelancaran kegiatan.

REFERENCES

- Aini, V. N. (2022). Pemberdayaan ekonomi ibu PKK dalam pencegahan COVID-19 melalui inovasi pembuatan masker, konektor masker, serta handsanitizer dari bahan alami. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 2(1), 18-28.
- Alvianta, F. N., Prabowo, A. A., & Komarudin, A. (2021). Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) dalam pemberdayaan keluarga prasejahtera. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 5(3), 137-151.
- Azizah, W., Wardani, K. D. K. A., & Putri, D. A. P. A. G. (2022). Peningkatan ketahanan ekonomi keluarga melalui pemberdayaan ibu rumah tangga dalam pemasaran dan olahan kerupuk kulit ikan di Kampung Bugis. *Jurnal Abdinus: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(3), 806-816.
- Fitriani, H., & Ikawati, R. (2025). Analisis kesiapan penerapan sistem jaminan produk halal pada industri catering (studi kasus catering AB). *Baitul Maal: Journal of Sharia Economics*, 2(1), 1-9.

- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi COVID-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(1), 89-98.
- Hidayatulloh, C., Panggabean, H. L., & Noviaty, E. (2021). Analisis strategi bisnis usaha kuliner catering (studi kasus pada Shinta Catering Depok). *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi dan Bisnis*, 10(1), 79-93.
- Husni, R. (2021). Pemberdayaan wanita melalui PKK guna meningkatkan kualitas SDM dan perekonomian masyarakat Desa Ngepanrejo Kabupaten Magelang. *Gervasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(3), 336-347.
- Hutapea, H. P., & br Sembiring, Y. S. (2021). Pemberdayaan ibu-ibu PKK melalui penyuluhan dan pelatihan pembuatan hand sanitizer di Kelurahan Bumi Kecamatan Laweyan Kota Surakarta. *Bengawan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 17-24.
- Isroyanti, Y. (2023). Implementasi peraturan gubernur provinsi daerah khusus ibu kota jakarta nomor 22 tahun 2019 tentang gerakan pemberdayaan dan kesejahteraan keluarga. *Swatantra*, 21(2), 213-220.
- Khoirunnisa, A. (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.
- Khonitillah, N. A. (2024). Peningkatan kapasitas kader PKK melalui program pelatihan: menuju organisasi yang lebih efektif. *Jurnal Pengabdian Inovatif Masyarakat*, 1(1), 38-40.
- Kunadi, E. F., & Wuisan, D. S. (2021). Pengaruh e-service quality dan food quality terhadap customer loyalty pengguna GoFood Indonesia yang dimediasi oleh perceived value dan customer satisfaction. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(1), 141-162.
- Laili, A., Alfandie, A. I. N., Jannah, A. M., Tio, A. J. P., Agustin, D., & Supriyanto, A. (2023). Integrated quality management as an effort to improve the quality of the catering department at SMK Negeri 3 Malang. *Journal of Education for Sustainability and Diversity*, 2(1), 165-181.
- Mahardhika, W. B., & Sunariani, N. N. (2019). Strategi pemasaran produk makanan catering melalui media sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(1), 13-27.
- Mamo, Y. A., Sisay, A. M., Gilo, B. Y., Gebreselassie, H. G., & Debisa, M. A. (2021). The role of capacity building program on women socioeconomic empowerment: The case of women entrepreneurs in selected zones in southern Ethiopia. *Local Development & Society*, 2(1), 22-40.
- Mathofani, S., Lestari, D. D., & Diyanah, K. C. (2022). Gambaran higiene dan sanitasi jasa boga di "K" katering Kabupaten Banyuwangi. *Media Gizi Kesmas*, 11(2), 561-571.
- Nuryanto, U. W., & Alayubi, S. (2021). Penerapan e-commerce pada kelompok PKK di Kelurahan Drangong-Kecamatan Taktakan Kota Serang. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 2(2), 30-36.
- Pathony, T. (2019). Proses pemberdayaan masyarakat melalui gerakan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) di Kabupaten Subang. *International Journal of Demos*, 1(2), 262-289.
- Riandika, D., & Mulyani, E. (2020). The role of entrepreneurship development for women welfare in rural area. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan*, 21(1), 23-31.

- Rusli, R., Muhyi, H. A., & Pada, A. T. (2021). Efektivitas pelatihan berbasis kompetensi ditinjau dari aspek reaksi dan proses pembelajaran (studi pada karyawan Kalla Group, Indonesia). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1(3), 109-118.
- Saerang, R. T. (2020). Analisis pemanfaatan media sosial dalam peningkatan daya saing UMKM (food & beverage) di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 8(4), 1172-1181.
- Setyaningrum, R. P., Norisanti, N., Fahlevi, M., Aljuaid, M., & Grabowska, S. (2023). Women and entrepreneurship for economic growth in Indonesia. *Frontiers in Psychology*, 13, 1-11.
- Sugito, E., Sanusi, S., & Adly, I. M. (2023). Analisa perancangan strategi pemasaran pada industri kuliner dengan menggunakan metode SWOT dan Blue Ocean. *Sigma Teknika*, 6(2), 308-321.
- Susanti, A. (2026). Pemberdayaan ibu-ibu rumah tangga dalam kewirausahaan keluarga melalui usaha rumahan. *Abdi Karya: Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 73-84.
- Tangkudung, A. G., Sompie, P. L., & Mahdi, U. (2024). Strategi dan inovasi model bisnis catering dalam meningkatkan daya saing di era pasar digital. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(4), 1144-1153.
- Trilisiana, N., Mulyatiningsih, E., Ekawatiningsih, P., & Sunarni, S. (2024). Training on innovative topping development and digital marketing for Yammie Ayam vendors. *Dedicated: Journal of Community Services (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 2(2), 229-242.
- Tusino, T., Rinawati, A., Wijaya, A., Yuliaputri, A., Aji, E. S., Rahmawati, L., Farid, M., Prakoso, P., Hanifah, R., & Anjelina, R. D. (2023). Penguatan ekonomi masyarakat melalui pelatihan pembuatan buket snack bagi ibu-ibu PKK. *Surya Abdimas*, 7(3), 422-427.
- Widodo, A., Furyanah, A., Widodo, S., Maharani, H., Yulianti, D. M., & Sina, I. (2020). Pemberdayaan ibu rumah tangga untuk menjadi seorang wirausaha, di wilayah RW 09, Kampung Bulak, Kelurahan Benda Baru, Kecamatan Pamulang, Tangerang Selatan-Banten. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 1-12.
- Wijaya, A., Rizky, M., Ghaida, R., & Erawan, B. (2023). Digital media management training for more advanced village development in Desa Taringgul Tonggoh, Kec. Wanayasa. *Dedicated: Journal of Community Services (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 1(2), 303-314.
- Yunita, T., Wijayaningsih, R., Untari, D. T., & Fikri, A. W. N. (2021). Meningkatkan minat kewirausahaan pada kelompok PKK Kelurahan Bintara Jaya. *Jurnal Abdidas*, 2(3), 498-504.