

---

## BERDAYA SAING DI ERA DIGITAL: PENINGKATAN UMKM DODOL KENTANG KERINCI MELALUI MODERNISASI DAN EDUKASI DALAM MENJAGA NILAI-NILAI TRADISIONAL

Ramadani<sup>1)</sup>, Dinyah Rizki Yanti Zebua<sup>2)</sup>, Novinovrita<sup>3)</sup>, Utari Aulia Tianda Saputri<sup>4)</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup> Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Institut Agama Islam Negeri Kerinci  
email: [ramadani.chem@gmail.com](mailto:ramadani.chem@gmail.com), [dinyahryzebua@gmail.com](mailto:dinyahryzebua@gmail.com), [novibio3@gmail.com](mailto:novibio3@gmail.com),  
[utari.saputri17@gmail.com](mailto:utari.saputri17@gmail.com)

### Abstract

*In facing the challenging digital era, Small and Medium Enterprises (SMEs) specializing in Dodol Kentang in Kerinci experience pressure to remain competitive. This research explores the potential enhancement of competitiveness for Dodol Kentang SMEs by implementing modernization and educational strategies. The primary focus of this research is to preserve traditional values while addressing them innovatively. Through the Participatory Action Research (PAR) approach, business owners, academics, and local communities collaborate to identify constraints, formulate common goals, and plan and implement improvement measures. Education is a key component in equipping business owners with knowledge of modernization and the use of digital technology, aimed at improving production efficiency, online marketing, and business management. Product modernization is carried out through packaging evaluation, halal labeling, and the addition of flavor variations. These steps are expected to make Dodol Kentang SMEs more relevant in the national market while preserving the essence of traditional values. The results of this research are expected to contribute positively to the sustainability of Dodol Kentang SMEs, enhance their competitiveness in the digital era, and support the preservation of traditional cultural heritage in Kerinci Regency.*

**Kata Kunci:** Modernization; Education; Dodol Kentang; Traditional Values

### Abstrak

Dalam menghadapi era digital yang penuh tantangan, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dodol Kentang di Kerinci mengalami tekanan untuk tetap berdaya saing. Penelitian ini menggali potensi peningkatan berdaya saing UMKM Dodol Kentang dengan menerapkan strategi modernisasi dan edukasi. Fokus utama penelitian ini adalah menjaga nilai-nilai tradisional sambil menghadapinya dengan cara yang inovatif. Melalui pendekatan Participatory Action Research (PAR), pelaku usaha, dosen, dan masyarakat setempat berkolaborasi dalam mengidentifikasi kendala, menyusun tujuan bersama, serta merencanakan dan melaksanakan langkah-langkah peningkatan. Edukasi menjadi komponen kunci dalam membekali pelaku usaha dengan pengetahuan tentang modernisasi dan penggunaan teknologi digital. Hal ini diarahkan untuk meningkatkan efisiensi produksi, pemasaran online, dan manajemen bisnis. Modernisasi produk dilakukan melalui evaluasi kemasan, label halal, dan penambahan variasi rasa. Langkah-langkah ini diharapkan dapat menjadikan UMKM Dodol Kentang lebih relevan di pasar nasional dan mempertahankan esensi nilai-nilai tradisionalnya. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi positif terhadap keberlanjutan UMKM Dodol Kentang, meningkatkan daya saingnya di era digital, dan mendukung pelestarian warisan budaya tradisional di Kabupaten Kerinci.

**Keywords:** Modernisasi; Edukasi; Dodol Kentang; Nilai Tradisional

## 1. PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, terdapat beragam camilan dan jajanan menarik yang dapat ditemui dengan mudah. Hal ini terlihat dari variasi merek, kemasan, dan rasa yang ditawarkan.

Perkembangan teknologi telah memungkinkan produksi otomatis berbagai jajanan menarik melalui pabrik-pabrik modern. Jajanan hasil industri ini seringkali menonjol dalam desain kemasan, presentasi makanan, dan ragam rasa untuk memenuhi selera konsumen yang selalu mencari variasi produk (Qamari et al., 2020).

Namun, fenomena ini menjadi potensi ancaman bagi kelangsungan hidup jajanan tradisional seperti dodol kentang, yang merupakan kekhasan dari Kabupaten Kerinci. Oleh karena itu, pemasaran produk khas seperti dodol kentang memerlukan pemanfaatan teknologi. Penting bagi produsen makanan atau jajanan khas di suatu daerah untuk mengadopsi teknologi yang sesuai (Aisyah et al., 2020; Dinar, 2010) guna menjaga relevansi dan daya saing produk mereka di pasar yang semakin berkembang.

Kabupaten Kerinci memiliki tanah yang subur untuk menanam tanaman semusim seperti kentang (*Solanum tuberosum* L.). Salah satu varietas kentang yang populer dan sering digunakan oleh masyarakat setempat adalah varietas Granola, karena mudah dibudidayakan dan memiliki tekstur yang lembut. Selain digunakan sebagai sayuran, masyarakat setempat juga memanfaatkannya sebagai bahan utama pembuatan dodol kentang sebagai camilan (Kencanawati, 2019; Wiseja, 2016)

Dodol kentang merupakan jajanan tradisional yang terkenal dengan keunikan bentuk dan cita rasa khasnya, terbuat dari kentang dan berbagai bahan turun temurun. Makanan ini memiliki popularitas tinggi di kalangan masyarakat, bahkan menarik perhatian wisatawan yang sengaja datang ke kecamatan Siulak di Kabupaten Kerinci untuk mencicipi dodol kentang ini. Awalnya, dodol kentang hanya merupakan makanan ringan lokal di kecamatan Siulak, namun seiring berjalannya waktu, popularitasnya meningkat sehingga sekarang dijual di berbagai toko dan minimarket di Kabupaten Kerinci (Evando, 2022; Sestriyenti, 2020).

Pada awalnya, harga satu kotak mika dodol kentang hanya Rp. 3500, namun kini telah naik menjadi Rp. 5000. Pelaku usaha yang sudah berjualan selama hampir sepuluh tahun menjelaskan bahwa kenaikan harga ini disebabkan oleh naiknya harga bahan baku. Meskipun demikian, harga tersebut masih terjangkau oleh masyarakat, terutama dengan penambahan varian rasa menjadi strategi untuk menjaga daya tarik dan memberikan variasi pada setiap kemasan. Saat ini terdapat delapan varian rasa, termasuk durian, alpukat, kacang merah, kacang hijau, strawberry, nenas, pandan, dan rasa original (Apdelmi, 2018; Kencanawati & Angela, 2022).

Tim pengabdian berfokus pada potensi pengembangan jajanan dodol kentang, dengan tujuan mengembangkan metode pemasaran agar dapat menjangkau pasar nasional dan dinikmati oleh masyarakat Indonesia. Preservasi makanan tradisional seperti dodol kentang dianggap penting agar tetap dapat dinikmati oleh generasi mendatang. Beberapa penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Dian (2014), Wiseja (2016), Lika (2018), dan Dinita et al. (2021), menunjukkan bahwa pengolahan dodol kentang di Desa Lubuk Nagodang memiliki asal-usul dari harga jual kentang yang rendah, yaitu Rp 900/kg.

Usaha pengolahan dodol kentang ini memperoleh bahan baku dari Kecamatan Kayu Aro, daerah penghasil kentang terbaik di Provinsi Jambi. Meskipun pemasarannya masih terbatas di Kabupaten Kerinci dengan harga Rp 3.500 per bungkus berat 150 gr, para pengusaha berusaha mempertahankan penetapan harga berdasarkan kebijakan koperasi dan pertimbangan harga pasar. Meskipun belum melakukan pencatatan usaha secara formal, penjualan dilakukan di outlet dodol kentang dan ke pedagang pengecer di Kota Sungai Penuh. Meskipun begitu, perhitungan laba/rugi menunjukkan bahwa ketiga kelompok usaha umumnya memberikan keuntungan, menutupi biaya tetap dan variabel (Dinar, 2010; Dian, 2014; Dinita et al., 2021).

## 2. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan fenomena di atas, dapatlah diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Persaingan dengan produk industry yang menggunakan teknologi tinggi dapat mengancam kelangsungan hidup jajanan tradisional seperti dodol kentang.
2. Pengurangan minat konsumen terhadap jajanan tradisional karena konsumen cenderung tertarik pada inovasi dan variasi baru yang ditawarkan oleh produk-produk modern, menyebabkan jajanan tradisional menjadi kurang diminati.
3. Ancaman terhadap identitas lokal karena jajanan tradisional seperti dodol kentang merupakan bagian dari identitas dan warisan budaya suatu daerah, dapat tergerus oleh produk-produk massal yang lebih menonjol dalam pasar global.
4. Keterbatasan akses teknologi dapat menjadi hambatan bagi mereka untuk bersaing secara efektif dengan produk-produk hasil industri yang lebih terhubung dengan perkembangan teknologi.
5. Tantangan pemasaran dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif secara digital.
6. Pemanfaatan teknologi dalam pemasaran dapat membawa risiko penghilangan keunikan produk lokal. Jika tidak dielaborasi dengan bijak, teknologi dapat menyebabkan homogenisasi produk dan menghilangkan elemen khas yang membedakan jajanan tradisional dari produk industri.

### **3. METODE PELAKSANAAN**

Metode pengabdian dalam modernisasi UMKM jajanan dodol kentang dapat diimplementasikan melalui pendekatan kolaboratif antara dosen dan pelaku UMKM. Metode Participatory Action Research (PAR) merupakan pendekatan penelitian yang melibatkan partisipasi aktif dari kelompok atau masyarakat yang menjadi subjek penelitian. Menurut Anggraeni et al. (2023), PAR adalah suatu metode penelitian tindakan yang memungkinkan peneliti bekerja sama dengan masyarakat untuk mengidentifikasi masalah, merumuskan tujuan bersama, dan merencanakan serta melaksanakan tindakan untuk mencapai tujuan tersebut. Partisipasi aktif dari masyarakat memperkuat aspek kolaboratif dalam proses penelitian, memberikan ruang bagi mereka untuk berkontribusi secara nyata dalam pengambilan keputusan terkait dengan permasalahan yang dihadapi.

Penerapan metode PAR seringkali dilakukan dalam lingkungan yang memiliki partisipasi aktif dan kepentingan bersama (Qomar et al., 2022). Dalam konteks pengabdian dan peningkatan kualitas UMKM, PAR dapat menjadi instrumen yang efektif dalam meningkatkan hubungan kolaboratif antara dosen dan pelaku usaha. Metode ini dapat membantu mengidentifikasi kebutuhan, permasalahan, dan peluang yang perlu diatasi bersama, menciptakan solusi yang relevan dan berkelanjutan.

Dalam penelitian modernisasi UMKM dodol kentang, penerapan metode PAR dapat memberikan dampak positif pada pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan kualitas produk. Melalui partisipasi aktif dari pelaku usaha dan masyarakat lokal, diharapkan tercipta solusi yang lebih berdaya guna dan sesuai dengan konteks budaya dan ekonomi setempat (Aisyah et al., 2020; Dinar, 2010). Metode PAR membuka ruang bagi kolaborasi yang inklusif, memungkinkan masyarakat memiliki peran lebih besar dalam proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan perkembangan UMKM jajanan tradisional seperti dodol kentang.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tim pengabdian mengunjungi langsung lokasi produksi dodol kentang di kecamatan Lubuk Nagodang, Kabupaten Kerinci. Observasi dilakukan dengan mendatangi secara langsung lokasi pelaku usaha (Nazhif & Nugraha, 2023). Pada Gambar 1 dapat dilihat bahwa

tim pengabdian melakukan observasi secara mendalam terhadap pelaku usaha pengabdian di kecamatan Lubuk Nagodang, Siulak dan menemukan permasalahan produksi produk yang sudah mulai dikembangkan diluar Kabupaten Kerinci.



Tantangan utama dalam produksi dodol kentang melibatkan beberapa tahap, termasuk ketersediaan bahan baku, proses perebusan, penggilingan, penjemuran/pengeringan, dan pengemasan. Ketersediaan bahan baku menjadi perhatian utama, dan produksi dodol kentang tetap dilakukan selama bahan baku mencukupi. Proses perebusan kentang menggunakan tungku tradisional, diikuti dengan penggilingan menggunakan mesin listrik. Namun, ketergantungan pada listrik menjadi kendala, karena matinya listrik dapat menghentikan proses penggilingan dan mengakibatkan kerusakan pada bahan yang belum selesai digiling.

Proses penjemuran atau pengeringan juga merupakan permasalahan, di mana pengeringan secara konvensional menggunakan sinar matahari. Meskipun metode ini praktis dan tanpa biaya investasi, kelemahan utamanya terletak pada ketidakseragaman tingkat kekeringan bahan, sehingga kadar air bahan tidak konsisten, dan waktu pengeringan tidak dapat dipastikan karena sangat tergantung pada kondisi cuaca (lihat Gambar 2).



Tim pengabdian memberikan pembelajaran terkait kehalalan bahan dan teknik pemasaran produk dodol kentang kepada pelaku usaha, fokus pada pemanfaatan media sosial dan e-commerce (Baunsele et al., 2023). Para dosen yang terlibat memiliki peran masing-masing, membantu UMKM dalam pengembangan strategi pemasaran melalui pelatihan. Ini mencakup edukasi riset pasar, pembuatan branding produk, dan teknik pemasaran yang efektif agar dodol kentang UMKM dapat dikenal dan diminati.

Dalam menghadapi kondisi pasar saat ini, UMKM perlu beradaptasi (Paksi et al., 2022). Tim pengabdian menyoroti pentingnya modernisasi produk dodol kentang untuk menjangkau pasar nasional. Modernisasi ini melibatkan evaluasi kemasan dan penambahan label halal untuk memastikan produk siap memenuhi pesanan di luar Kabupaten Kerinci, melindungi kemasan agar tetap utuh sampai tangan konsumen (lihat Gambar 3).



Kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman para pelaku usaha tentang strategi persaingan dalam ranah jajanan tradisional dalam menghadapi tantangan dari jajanan modern. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Jati & Mulawarman (2024), hal ini membuktikan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan konten pemasaran yang sesuai dengan tren terkini dan efektif dalam mengelola marketplace untuk memasarkan suatu produk menjadi bagian yang sangat penting di era digital saat ini. Para pelaku usaha menunjukkan kemampuan berpikir kritis dengan mengambil inisiatif untuk menciptakan berbagai iklan yang disesuaikan dengan berbagai daerah. Pemasaran produk dapat diatur secara fleksibel melalui aplikasi marketplace, memungkinkan pelaku usaha untuk memilih lokasi pemasaran yang strategis. Dalam proses ini, pelaku usaha juga menyadari bahwa modernisasi dan edukasi mengenai pengolahan dodol kentang menjadi suatu keharusan guna menjaga eksistensi makanan tradisional ini di tengah masyarakat yang terus mengalami perubahan.

Berkembangnya jajanan modern dan potensi ancaman terhadap jajanan tradisional, khususnya dodol kentang, adalah bahwa pemahaman pelaku usaha, terutama UMKM di bidang makanan tradisional, sangat penting. Makanan tradisional Indonesia bukan hanya sekadar lezat, tetapi juga mencerminkan nilai budaya, sejarah, dan identitas suatu daerah.

Dalam menghadapi perkembangan zaman yang modern, edukasi menjadi kunci penting untuk memahami pelaku usaha akan potensi dan tantangan di pasar yang terus berubah. Tim yang melakukan wawancara mendalam dan evaluasi menemukan bahwa pemberian edukasi tentang modernisasi dapat membantu UMKM, seperti dodol kentang, untuk tetap eksis di tengah persaingan yang semakin ketat.

Melalui pemahaman ini, pelaku usaha diharapkan dapat menjaga nilai-nilai tradisional dalam produk mereka sambil mengikuti proses modernisasi. Dengan cara ini, makanan tradisional tidak hanya bisa bertahan, tetapi juga memiliki potensi untuk terus berkembang dan menarik minat konsumen yang semakin modern. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk terus memperoleh pemahaman mendalam tentang pasar, tren, dan kebutuhan konsumen agar dapat mengambil langkah-langkah yang tepat dalam mengembangkan bisnis mereka.

## 5. KESIMPULAN

Pelaku usaha diharapkan dapat menjaga nilai-nilai tradisional dalam produk mereka, seiring dengan mengikuti proses modernisasi. Dengan pendekatan ini, makanan tradisional tidak hanya dapat bertahan, melainkan juga memiliki potensi untuk terus berkembang dan menarik minat konsumen yang semakin modern. Oleh karena itu, sangat penting bagi pelaku usaha untuk terus meningkatkan pemahaman mendalam tentang dinamika pasar, tren terkini, dan kebutuhan konsumen. Hal ini memungkinkan mereka untuk mengambil langkah-langkah yang tepat dalam mengembangkan bisnis mereka, menjadikan usaha lebih responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis dan memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan ekonomi.

## 6. REFERENSI

- Apdelmi, A. (2018). Perkembangan industri dodol kentang ditinjau dari perspektif sejarah: studi kasus di Kecamatan Siulak Kabupaten Kerinci. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 2(1), 160-172.
- Aisyah, Y., Agustina, R., & Yunita, D. (2020). Pemanfaatan Teknologi Tepat Guna pada Usaha Produksi Bumbu Bubuk Instan “Meurasa” Masakan Khas Aceh. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 297â.
- Anggraeni, D., Ali, F., Kurniawan, P. C., & Rohmah, S. (2023). Edukasi “Halal Food” Pada Pelaku Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Kedawung Banyuputih Batang Jawa Tengah. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(1), 88-96.
- Baunsele, A. B., Oliviera, F. P., Bare, E. M. G., Ketmoen, A., & Missa, H. (2023). Sosialisasi dan Digitalisasi Marketing UMKM Fersita Batako di Desa Baumata, Kabupaten Kupang-NTT. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(1), 41-48.
- DIAN, R. F. (2014). *ANALISA USAHA PENGOLAHAN DODOL KENTANG DI DESA LUBUK NAGODANG KECAMATAN SIULAK KABUPATEN KERINCI* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Dinar, F. (2010). TEHNIK PENGOLAHAN KENTANG MENJADI DODOL KENTANG UNTUK MENINGKATKAN PENGHASILAN KELUARGA DI DESA GARINGGING KEC. MEREK KABUPATEN TANAH KARO. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 16(59), 15-19.
- Dinita, I. A., Lukman, S., & Kusworo, K. (2021). Pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah dodol kentang dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Lubuknagodang Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi. *Visioner: Jurnal Pemerintahan Daerah di Indonesia*, 13(2), 287-297.
- Hiperiansyah, S. (2015). *Perancangan Kemasan Dodol Kentang Kerinci asli Putri Pancuran Tujuh* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Padang).
- Jati, L. J., & Mulawarman, L. (2024). Modernisasi dan edukasi pemasaran produk UMKM jajanan khas Temerodok untuk meraih pasar nasional. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 7(1), 27-24.
- Kencanawati, I. (2019, October). Study of ethnoscience for making dodol kentang (Potatoes jam) as a learning media. In *Proceedings of The 5th Annual International Seminar on Trends in Science and Science Education, AISTSSE 2018, 18-19 October 2018, Medan, Indonesia*.
- Kencanawati, I., & Angela, L. (2022). Reconstruction of Community Knowledge in the Process of Making Potato Dodol Kerinci on the Criteria of Product Halalness Using Ethnoscience Approach. *Scientiae Educatia: Jurnal Pendidikan Sains*, 11(2), 107-118.
- Lika, N. P., Murdy, S., & Ulma, R. O. (2018). Strategi Pengembangan Agroindustri Dodol Kentang Lubuk Nagodang Di Kabupaten Kerinci. *Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis*, 21(1), 8-8.

- Nazhif, M. N., & Nugraha, I. (2023). BRANDING UMKM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK ECOPRINT ANDIN COLLECTION. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(1), 261-267.
- Paksi, A. K., Rozaki, Z., Nugroho, D. A., & Musyaffa, N. F. (2022). DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM SOKAN LESTARI DESA HARGOMULYO, KOKAP, KULON PROGO. *Abdimas Galuh*, 4(2), 770-778.
- Sestriyenti, E., Ariani, F., Apriyanti, N., & Seplinda, M. (2022). Analisis Sumber dan Penggunaan Modal Kerja Pada Dodol Kentang Putri Pancuran Tujuh Lubuk Nagodang Kerinci Periode 2017–2019. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 702-715.
- EVANDO, R. (2022). *ANALISIS PRODUKSI DODOL KENTANG DI KECAMATAN SIULAK KABUPATEN KERINCI* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS JAMBI).
- Qamari, I. N., Herawati, R., Handayani, S., Junaedi, F., & Jati, L. J. (2020). Digitalisasi bisnis kelompok umkm di desa poncosari, bantul, yogyakarta, indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*.
- Qomar, M. N., Karsono, L. D. P., Aniqoh, F. Z., Aini, C. N., & Anjani, Y. (2022). Peningkatan kualitas umkm berbasis digital dengan metode participatory action research (Par). *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 74-81.
- Wiseza, F. C. (2016). Bauran pemasaran home industri olahan dodol kentang di desa lubuk nanggodang kabupaten kerinci. *NUR EL-ISLAM: Jurnal Pendidikan dan Sosial Keagamaan*, 3(2), 164-180.
- Angela, L., Putri, W. M., Saputri, U. A. T., & Ramadani, R. (2023). PEMANFAATAN TANAMAN TOGA DALAM UPAYA MENINGKATKAN KESEHATAN KELUARGA DAN MASYARAKAT DI NAGARI TIGO SUNGAI INDERAPURA. *RANGGUK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 19-22.
- Mua'rif, Z. I., Nurdin, Z., Syarif, D., Bustami, A. W., & Azhar, A. (2023). PENGALOKASIAN ANGGARAN DANA DESA DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT NAGARI KOTO ANAU TAPAN. *RANGGUK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 37-41.
- Saridewi, A., Aldiansyah, R., & Nilda, E. (2023). PENDAMPINGAN PENDAFTARAN LEGALITAS USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI DESA BENTO KABUPATEN KERINCI. *RANGGUK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 13-18.
- Sarmigi, E., Sumanti, E., & Nisa, F. A. (2023). PENYULUHAN PROSEDUR PENGURUSAN DAN PENTINGNYA LEGALITAS SURAT IZIN USAHA PERDAGANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DIDESA SUNGAI JAMBU KECAMATAN KAYU ARO BARAT. *RANGGUK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 32-36.
- Wantia, N., Rahmadani, M., Sefdina, L. D., Tiara, T., & Desiana, D. (2023). PEMBIASAAN SIKAP BIJAK DALAM MENGELOLA UANG PADA ANAK PAUD DI DESA BENTO KABUPATEN KERINCI. *RANGGUK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 8-12.