

# Pelatihan Komunikasi Untuk Meningkatkan Kemampuan *Entrepreneurship* Siswa SMA Tri Karya Surabaya

Sri Nathasya Br Sitepu<sup>1\*</sup>, Gerald Chester Somangkey<sup>2</sup>

<sup>1-2</sup> Universitas Ciputra Surabaya

\* nathasya.sitepu@ciputra.ac.id

## Abstrak

Pelatihan komunikasi merupakan bentuk kepedulian terhadap pendidikan khususnya bidang entrepreneurship. Tujuan dari kegiatan ini untuk meningkatkan kemampuan entrepreneurship siswa/i SMA Tri Karya Surabaya. Permasalahan yang ditemui adalah siswa/i belum memiliki belum mendapatkan materi komunikasi dalam pembelajaran entrepreneurship di sekolah. Metode pelatihan dilakukan melalui empat tahap diantaranya: Pemutaran video mengenai pentingnya komunikasi, pemaparan materi komunikasi bisnis dan simulasi untuk melatih kemamuan komunikasi serta, pemberian kesimpulan dari keseluruhan pelatihan yang dilakukan. Hasil dari program pelatihan komunikasi bisnis membuat siswa/i SMA Tri Karya mampu meningkatkan cara berkomunikasi para peserta serta meningkatkan kepercayaan diri dalam berkomunikasi di depan umum.

**Kata Kunci:** *pelatihan, komunikasi, bisnis, entrepreneurship*

## Pendahuluan

Setiap manusia tentu akan terus mengalami pertukaran informasi semasa hidupnya melalui berbagai proses komunikasi. Komunikasi berkembang dan tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Hal ini disebabkan oleh kemajuan teknologi. Komunikasi adalah kondisi dimana, seseorang menerima informasi dan memberikan informasi kepada orang lain dalam kehidupan sehari-hari. Ardilla & Pramusinto (2015) menyatakan bahwa komunikasi adalah proses menyampaikan informasi antarnpihak untuk saling mengerti. Manusia melakukan pertukaran informasi dalam transaksi jual/beli.

Komunikasi yang baik dibutuhkan oleh *entrepreneur* dan calon *entrepreneur*. Kemampuan komunikasi bisnis menjadi sangat krusial dimiliki oleh seorang *entrepreneur* untuk mengembangkan bisnis dengan baik. *Entrepreneur* dapat mengembangkan keahlian melalui pendidikan *entrepreneurship* yang memberikan manfaat kepada setiap individu (Sitepu, 2021). Pendidikan *entrepreneurship* memiliki salah satu topik pembelajaran penting yaitu komunikasi bisnis. Purwanto (2011) mengatakan bahwa komunikasi bisnis merupakan komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis yang mencakup berbagai macam bentuk komunikasi, baik komunikasi verbal maupun nonverbal untuk mencapai tujuan tertentu. Pendidikan *entrepreneurship* mampu memberikan manfaat positif yang

berlipat ganda tidak hanya kepada pengusaha melainkan kepada lingkungan sosial (Sitepu, 2020).

Komunikasi bisnis diberikan kepada calon pengusaha yaitu siswa SMA Tri Karya di kecamatan Sambikerep, Kota Surabaya, Jawa Timur. Sekolah ini berdiri pada tanggal 15 Oktober 1986 dan berstatus sekolah swasta. Pelatihan komunikasi bisnis sebagai *skill* dasar *entrepreneurship* pada hari kedua kegiatan IBM Goes to School kepada SMA Tri Karya dilaksanakan pada hari Jumat, 30 September 2022. *Student Union IBM-RC 2022/2023* Universitas Ciputra Surabaya bekerjasama dengan SMA Tri Karya untuk mengadakan pelatihan *entrepreneurship* dasar bagi siswa/i SMA dalam hal ini pelatihan mengenai bagaimana dapat melatih *skill* komunikasi bisnis sebagai salah satu pondasi seorang *entrepreneur*. Peserta pelatihan komunikasi merupakan siswa/i kelas XII SMA Tri Karya.

Permasalahan siswa/i SMA Tri Karya adalah mereka belum mendapatkan materi *basic* komunikasi dan secara spesifik materi komunikasi bisnis pada mata pelajaran *entrepreneurship*. Pembelajaran komunikasi bisnis menjadi *insight* bagi siswa/i untuk menjadi *entrepreneur*. Komunikasi bisnis merupakan *skills* menarik seperti *effectuation*, *communication*, *leadership*, *creativity and Innovation*. Siswa/i SMA Tri Karya belum mengetahui cara berkomunikasi yang baik dalam kehidupan sehari-hari sebagai pondasi awal dalam meningkatkan *skill* komunikasi bisnis.

Solusi atas permasalahan siswa/i SMA Tri Karya dengan memberikan pelatihan komunikasi bisnis. Materi komunikasi terdiri dari: dasar-dasar komunikasi dan komunikasi bisnis. *Tools* dan *steps* yang diberikan untuk dapat berkomunikasi dengan baik (secara verbal maupun nonverbal). Tujuan pelatihan komunikasi bisnis diberikan kepada siswa/i SMA Tri Karya agar lebih percaya diri berbicara dan mengutarakan pendapat mereka di depan umum. Peserta pelatihan diharapkan dapat mengimplementasikan komunikasi bisnis untuk dapat *pitching* mengenai *role model* dalam dunia bisnis.

## Metode Pelaksanaan

*IBM Goes to School* merupakan bagian dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat. *IBM Goes to School* terdiri dari 5 pertemuan dan setiap pertemuan berisi dasar-dasar untuk meningkatkan *skill entrepreneurship*. Pelatihan komunikasi bisnis bagi siswa/i SMA Tri Karya dilaksanakan pada pertemuan kedua dari rangkaian IBM Goes to School. Peserta yang mengikuti kegiatan merupakan siswa/i kelas XII SMA Tri Karya sebanyak 28 orang. Total panitia yang terlibat 34 mahasiswa/i IBM-RC Universitas Ciputra Surabaya angkatan 2020 dan 2021 dan didampingi oleh 3 dosen pendamping. Pelatihan komunikasi bisnis pada 17 September-12 November 2022. Tabel 1. proses pelatihan komunikasi bisnis.

**Tabel 1.** Proses Pelatihan Komunikasi Bisnis

Peserta Pelatihan Komunikasi Bisnis Siswa/i Kelas XII SMA Tri Karya Surabaya

| Pra-Pelatihan                           | Proses Pelatihan                                                                          | Pasca Pelatihan                                                                  |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Observasi Sekolah                    | 1. Pemutaran video “merawat komunikasi”                                                   | 1. Pembuatan materi <i>role model</i> untuk <i>pitching</i> di pertemuan kelima. |
| 2. Research materi                      | 2. Pemaparan Materi Komunikasi dan <i>Business Communication</i> dengan judul “Speak Up!” |                                                                                  |
| 3. Pembuatan simulasi dan mencari video | 3. Permainan games “can’t talk!”                                                          |                                                                                  |
|                                         | 4. Kesimpulan materi                                                                      |                                                                                  |

## Hasil dan Pembahasan

Hayah (2022) menyatakan pelatihan merupakan kegiatan mempersiapkan diri untuk melakukan perubahan dari yang lebih tinggi bagi organisasi yang diberikan pelatihan. Proses pra pelatihan dimulai dari observasi pada beberapa sekolah. Proses seleksi sekolah berlangsung pada 20 Juli–5 Agustus 2022. Mahasiswa melakukan observasi mengamati jumlah siswa, waktu operasional sekolah, ketersediaan sarana dan prasarana (termasuk ruangan serta fasilitas yang dapat digunakan untuk setiap pertemuan). Observasi juga memperhatikan urgensi dari sekolah untuk mendapatkan pelatihan komunikasi bisnis sebagai pondasi dari *entrepreneurship*.

Observasi memutuskan memilih SMA Tri Karya. Pelatihan komunikasi dibutuhkan agar siswa/i mendapatkan *insight* baru untuk menambah *skill entrepreneurship*. Proses observasi dilanjutkan dengan penyusunan rencana kerjasama dengan sekolah terkait dengan tanggal-tanggal pertemuan, *range* waktu setiap pertemuan, dan kebutuhan-kebutuhan yang dapat disediakan sekolah. Seiring dengan jalannya proses penyusunan kerjasama, *speaker* mempersiapkan materi dan aktivitas untuk mendukung penyampaian materi. Penyusunan materi komunikasi bisnis dimulai dengan membuat *terms of reference* berisi poin-poin yang akan disampaikan dalam sharing materi. Penyusunan materi termasuk kegiatan elaborasi materi komunikasi bisnis sesuai dengan prinsip *competencies of entrepreneurship* (termasuk teori, contoh-contoh, *role model*, hingga tips komunikasi bisnis). Kegiatan terakhir berupa pembuatan aktivitas dalam bentuk *games* yang berjudul *can't talk* dan video komunikasi bisnis.

### Pelatihan Komunikasi

Proses pelatihan pertama dimulai dengan menonton video dengan topik “merawat komunikasi”. Video menunjukkan pentingnya komunikasi dalam kehidupan manusia. Pemutaran video bertujuan untuk mengenalkan pola pikir yang sejalan dengan komunikasi bisnis sebelum masuk kedalam materi. Setelah video selesai diputar, para siswa/i kemudian akan diminta untuk menceritakan *insights* dari menonton video. Proses pelatihan kedua dari pelatihan komunikasi bisnis merupakan pengenalan komunikasi. (Abdullah, 2010) mengemukakan bahwa kesuksesan seseorang dalam berbisnis ditentukan dari seberapa baik mereka dapat berkomunikasi. Komunikasi dengan baik dalam kehidupan sehari-hari dapat mendukung kemampuan komunikasi bisnis. Pada bagian pengenalan ini, para peserta diberi pertanyaan “menurut anda, mengapa kita perlu berkomunikasi?”. Tujuannya adalah untuk merangsang *growth mindset* mereka mengenai komunikasi yang tidak sebatas bermanfaat untuk menyampaikan informasi, tetapi juga agar dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari hingga membangun relasi yang baik dengan sesama manusia. Chrisantiana & Sembiring, (2017) menyatakan bahwa pelajar yang memiliki *growth mindset* akan menerima tantangan dan bersungguh-sungguh menjalankannya serta yakin bahwa intelegensi, bakat, dan sifat bukan merupakan fungsi hereditas/keturunan. Hidayat et al., (2022) menyatakan bahwa komunikasi merupakan sesuatu yang sangat esensial, karena tidak ada manusia yang dapat hidup sempurna tanpa adanya komunikasi.

Hidayati, et al., (2019) dalam penelitiannya menemukan jika pelatihan komunikasi merupakan dasar dalam menjalankan bisnis. Setelah mengenal dasar komunikasi, para

peserta dibawa untuk mengenal jenis-jenis komunikasi. Materi komunikasi bisnis terbagi menjadi 3 kelompok. Kelompok pertama adalah komunikasi lisan yang berarti komunikasi secara langsung antara dua atau lebih manusia dan dapat dilakukan dengan berbicara 4 mata, *phone call*, hingga *video call*. Sedangkan, komunikasi tulisan merupakan bentuk penyampaian informasi yang dilakukan dalam bentuk sebuah tulisan, baik manual maupun digital. Kelompok kedua adalah komunikasi verbal yang berarti penyampaian informasi yang dapat dilakukan dalam bentuk lisan maupun tulisan. (Mulyana, 2018) menyatakan bahwa komunikasi verbal hanya menyumbang porsi sebesar 35 persen dari keseluruhan komunikasi. Selain komunikasi verbal, terdapat juga komunikasi nonverbal yang berarti penyampaian informasi yang dilakukan dengan gerakan tubuh seperti raut wajah, gerakan tangan, postur tubuh, dsb. Komunikasi verbal mencakup semua rangsangan (Mulyana, 2018).

Kelompok ketiga adalah komunikasi satu arah merupakan bentuk penyampaian informasi tanpa umpan balik dari komunikan, seperti pidato, siaran radio, dll. Kebalikan dari komunikasi 1 arah yaitu komunikasi 2 arah yang merupakan bentuk menyampaikan informasi yang membutuhkan umpan balik dari komunikan, seperti halnya percakapan sehari-hari. Pada bagian ini, *speaker* juga menceritakan sebuah cerita tentang kesalahan dalam berkomunikasi berdasarkan pengalaman-pengalaman pribadi yang mungkin *relate* dengan kejadian yang pernah dialami para peserta dalam kehidupan sehari-hari, sehingga memudahkan mereka untuk mengerti jenis-jenis komunikasi dengan baik. Peserta dibawa lebih dalam dengan masuk ke materi *public speaking* yang adalah jenis komunikasi di depan banyak orang dengan tujuan untuk memberi informasi, menghibur, ataupun mempengaruhi orang lain. *Public speaking* tidak hanya sebatas berbicara di depan umum, tapi juga bagaimana seseorang dapat menyampaikan komunikasi non verbalnya di depan umum. Hal ini termasuk cara berpakaian yang rapi dan sopan serta disesuaikan dengan kegiatan yang sedang berlangsung serta *body language* yang baik dalam pembawaan *public speaking*, karena hal-hal ini sangat mempengaruhi perspektif komunikan terhadap apa yang sedang disampaikan. Selain itu, peserta juga diberikan beberapa tips *public speaking*, seperti mencatat poin-poin penting untuk disampaikan dan menggunakan intonasi serta pemotongan kata-kata yang benar (tidak kaku, tidak terlalu rendah ataupun terlalu tinggi, dan tidak terlalu panjang atau pendek dalam pemotongan kata). Pembahasan *public speaking* disertai contoh *public speaking*. *Steve Jobs* di jadikan *role model* yang dijadikan sebagai acuan *public speaking*. Hal ini dikarenakan kemampuannya dalam mempromosikan produk baru ke public sangat berhasil.



**Gambar 1.** Pemaparan materi komunikasi bisnis.

Semua materi yang ada *sum up* ke komunikasi bisnis, yaitu proses berbagi informasi kepada pihak-pihak yang berada di dalam maupun diluar bisnis. Komunikasi bisnis digunakan untuk meningkatkan *performance* perusahaan dan mengurangi miskomunikasi. Terdapat beberapa tips dalam menjalankan komunikasi bisnis, yaitu 1) prioritaskan komunikasi dibanding asumsi, 2) gunakan ekspresi yang tepat ketika berkomunikasi (lebih baik tetap senyum dan ramah), 3) belajar mendengar dan memperhatikan, 4) mengingat dan membuat hal-hal berkesan (seperti sedikit kejutan bagi rekan kerja/bisnis yang berulang tahun, dll), 5) kenali lawan bicara, dan 6) hindari mendikte. Dengan demikian, peserta dapat belajar untuk benar-benar memahami bagaimana dapat berlaku di depan orang lain dalam hal komunikasi bisnis yang sebenarnya memegang peranan penting namun selama ini mungkin tidak mereka sadari.

Proses pelatihan ketiga dengan bermain *games* “*can’t talk!*”. Peserta diberikan potongan kertas kecil berisi 1 kata, dan ia harus mencari orang lain sebagai pasangannya yang memiliki kata yang sama namun tidak boleh berbicara dan hanya boleh menggunakan gestur tubuh (*body language*). Tujuan *games* ini adalah: 1) melatih peserta dalam menggunakan *body language* dengan baik dalam penyampaian suatu informasi, dan 2) peserta praktik langsung terkait pentingnya komunikasi dalam kehidupan sehari-hari.



**Gambar 2.** Latihan komunikasi bisnis.

Proses pelatihan keempat dengan pemaparan kesimpulan dari *speaker*, kemudian presentasi beberapa peserta mengenai *insights* yang didapatkan selama pelatihan komunikasi bisnis. Selama pelatihan berlangsung, para peserta antusias terhadap materi yang diberikan dan seringkali hampir semuanya dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh *speaker*. Kebanyakan dari para siswa mulai memahami esensi dari keseluruhan materi setelah masuk ke pembahasan mengenai *public speaking*, ditambah dengan permainan *games*. Semua hasil pelatihan komunikasi bisnis digunakan untuk menjadi bahan penyusunan *pitching* mengenai role model di pertemuan terakhir IBM Goes to School.

## Tahapan Pasca Pelatihan

Setelah dilaksanakannya pelatihan komunikasi bisnis, siswa/i SMA Tri Karya kemudian diminta untuk mengimplementasikan materi tersebut. Pelatihan komunikasi bisnis untuk membuat sebuah rancangan *pitching* mengenai *role model* di pertemuan terakhir program IBM Goes to School. Adapun hasil yang didapatkan peserta dari pelatihan ini adalah sebagai berikut:

1. Peserta mendapatkan pemahaman pentingnya komunikasi yang baik sebagai penunjang *skill* komunikasi bisnis dalam *entrepreneurship*.
2. Peserta mendapatkan praktik langsung berkomunikasi, tidak hanya sebatas menerima materi 1 arah.
3. Peserta dapat mengklasifikasikan dan membedakan bentuk komunikasi sehari-hari, komunikasi *public speaking*, dan komunikasi bisnis.
4. Peserta mampu untuk menyusun sebuah bahan presentasi dengan dasar komunikasi bisnis terkait dengan *role model*.
5. Kualitas peserta dalam menyampaikan sebuah informasi terhadap menjadi lebih baik dan sesuai prinsip komunikasi.

Salah satu peserta IBM Goes to School bernama Mawar menyatakan rasa syukurnya atas pelatihan yang telah diberikan. Mawar merupakan ketua OSIS SMA Tri Karya dan baginya pelatihan komunikasi bisnis merupakan bentuk pelatihan yang paling berkesan. Hal ini dikarenakan sebagai ketua OSIS, Mawar seringkali mengalami kesulitan dalam berbicara di depan semua anggota OSIS karena mengalami beberapa hambatan seperti grogi, kaku, dll. Setelah pelatihan komunikasi bisnis, Mawar dapat mengimplementasikan materi yang diberikan dan menjadi lebih *fluent* dalam *public speaking*. Mawar mengatakan bahwa hampir semua siswa/i SMA Tri Karya yang mengikuti pelatihan komunikasi bisnis mengalami perkembangan dalam hal komunikasi, baik kepada guru maupun kepada sesama siswa. Penyampaian informasi menjadi lebih jelas dengan menggunakan Bahasa Indonesia yang baik, serta menjadi percaya diri diskusi di kelas.

Peserta lain bernama Angel menyampaikan bahwa pelatihan komunikasi bisnis menjadi pelatihan yang paling berkesan secara pribadi. Dalam *recap* kesimpulan di pertemuan keempat, Angel menjadi lebih berani berbicara di depan teman-teman kelas untuk mengemukakan *insights* yang didapatkan selama program IBM Goes to School. Angel menyampaikan bahwa pelatihan komunikasi bisnis membantunya berkomunikasi dengan lebih baik dan lancar. Semua tips diimplementasikan dalam komunikasi Angel, sehingga menjadi sebuah kebiasaan.



**Gambar 3.** Foto bersama panitia dan peserta IBM Goes to School.

Perubahan cara berkomunikasi siswa/i SMA Tri Karya yang mengikuti IBM Goes to School menjadi bukti keberhasilan pelatihan. Pelatihan komunikasi bisnis mampu membantu meningkatkan skill dalam negosiasi bisnis (Nasution et al., 2021; Dwinarko et al., 2020). Bentuk-bentuk komunikasi bisnis tidak hanya sebatas menjadi materi yang disampaikan 1 arah, tetapi menjadi praktik langsung baik antar panitia, antar peserta, hingga antar panitia dan peserta. Siswa/i SMA Tri Karya sebagai peserta tidak hanya mengalami perkembangan dalam berkomunikasi, namun juga meningkatkan *selfconfident* dan *growth mindset* mereka dalam berpikir, berlaku, dan berkomunikasi dengan orang lain. Hal ini sejalan dengan tujuan pelatihan komunikasi bisnis.

## Kesimpulan

Hasil dari program pelatihan komunikasi bisnis telah meningkatkan pengetahuan dan kemampuan berkomunikasi secara praktis dari siswa SMA Tri Karya. Peningkatan pengetahuan dibuktikan dengan penambahan wawasan terkait konsep komunikasi. Peningkatan kemampuan praktek dalam komunikasi dapat dilihat dari komunikasi sehari-hari maupun komunikasi bisnis yang secara spesifik digunakan untuk mengutarakan ide bisnis dari siswa/i SMA Tri Karya. Peningkatan kemampuan komunikasi bisnis berhasil mendorong semangat siswa/i SMA Tri Karya mulai merealisasikan ide bisnis.

## Ucapan Terima Kasih

Pelatihan komunikasi pada SMA Tri Karya sebagai bagian dari program IBM Goes to School, kerjasama antara Student Union IBM-RC Universitas Ciputra Surabaya dengan SMA Tri Karya Surabaya telah selesai dilaksanakan. Izinkan saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang sudah membantu keberhasilan acara ini di antaranya:

1. Kepala Program Studi *International Business Management Regular Class* Universitas Ciputra Surabaya.
2. Dosen jurusan IBM-RC Universitas Ciputra Surabaya yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat.
3. Kepala sekolah, guru-guru, dan siswa/i SMA Tri Karya Surabaya.

## Referensi

- Abdullah, M. R. (2010, Maret). Komunikasi Bisnis. *Al-Tajdid*, 11(1), 53-63. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/Psikoislam/article/download/916/723>
- Ardilla, N. D., & Pramunisto, H. (2015). Pengaruh Kepemimpinan, Komunikasi Internal, Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Bp3akb Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan*, X (1), 53-66. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/DP/article/view/5094/4139>
- Chrisantiana, T. G., & Sembiring, T. (2017, Agustus). Pengaruh *Growth* dan *Fixed Mindset* terhadap *Grit* pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas "X" Bandung. *Humanitas*, 1(2), 133-146. <https://journal.maranatha.edu/index.php/humanitas/article/view/422/414>
- Dwinarko, D., Sjafrizal, T., Dewi, N. K., Sulistyanto, A., & Widodo, A. (2020). Pelatihan Manajemen Komunikasi Bisnis Dan Budaya Masyarakat Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Ponggang Serangpanjang Subang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat UBJ*, 3(1).
- Hayah, N. N. (2022, April). Pelatihan Komunikasi Bisnis dengan Metode Komunikasi Tertulis dan Lisan Pada Pembangunan Bisnis Masyarakat Kota Surabaya. *Al-Tatwir*, 9(1), 41-54. <http://altatwir.uinkhas.ac.id/index.php/altatwir/article/view/53/45>
- Hidayat, N., Herlisya, D., & Apriyanto, S. (2022, April). Pelatihan Public Speaking Dan Presentation Skill Dalam Manajemen Komunikasi Bisnis Untuk Pegawai. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 3(1), 13-20. <https://jurnal.saburai.id/index.php/JAMS/article/view/1571/1175>
- Hidayati, E., Nugroho, H. A., & Indrawati, N. D. (2019). Pelatihan Jiwa Kewirausahaan Dan Komunikasi Bisnis Dalam Bidang Kesehatan. *Jurnal Pengabdian Kesehatan*, 2(1).
- Mulyana, Deddy. (2018). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, A., Nurhayati, N., & Alfiansyah, F. (2021). Pelatihan Manajemen Produk Dengan Pendekatan Komunikasi Bisnis Di Desa Namo Sialang Kecamatan Batang Serangan. *Jurnal Pengabdian Kontribusi*, 1(1), 82-89.
- Purwanto, Djoko. (2011). Komunikasi Bisnis. Erlangga, Jakarta.
- Sitepu, S. N. B. (2021). Pendidikan Entrepreneurship bagi Pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Mugibangkit. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(2), 260-270.
- Sitepu, S. N. B. (2020). PKM Pengelolaan Bisnis Berbasis Entrepreneurship pada Pengrajin Keset Kaki Desa Panggungduwet. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 5(3), 239-248.