

Penguatan Unit Produksi Berbasis Sekolah Melalui Pemberdayaan Guru dan Siswa ABK untuk Mengoptimalkan Pemasaran Digital di SLB Balikpapan

Dikirim:
18 Agustus 2025

Diterima:
21 Oktober 2025

Terbit:
30 November 2025

^{a*}**Rahayu Sri Waskitoningsyas, ^aCasmudi, ^aVidy, ^aDewi,**

^b**Ine Febrianti Sea**

^a*Universitas Balikpapan*

^b*Universitas Mulia*

Abstrak—Latar Belakang: SLBN Balikpapan sudah memiliki produk roti yang dikelola oleh jurusan tataboga tetapi belum dipasarkan menggunakan e-commerce. **Tujuan:** pengabdian ini untuk mengetahui (a) berapa persentase tingkat pemahaman dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan unit produksi berbasis sekolah melalui pemberdayaan guru dan siswa ABK untuk mengoptimalkan pemasaran digital; (b) berapa berapa persentase peningkatan pemasaran produksi roti di SLBN Balikpapan baik melalui e-commerce maupun non-e-commerce. **Metode:** pengabdian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan sasaran guru dan siswa SLBN Balikpapan mengenai penguatan unit produksi beserta pemasaran digital. **Hasil:** Guru mengenal dan mampu mengoperasikan akun shopee dan shopee food untuk berjualan. Peningkatan penjualan dalam produksi roti enam kali dalam seminggu untuk berjualan. **Kesimpulan:** Pengabdian ini menunjukkan keberhasilan sosialisasi dan pelatihan dengan capaian rata-rata di atas 80%, peningkatan kualitas produksi 81,31%, serta pemasaran digital yang masih didominasi penjualan melalui grobak etalase (53%) dibandingkan Shopee dan Shopee Food (23%).

Kata Kunci—Unit Produksi; Berbasis Sekolah; Pemasaran Digital; Guru; Siswa ABK

Abstract—Background: Balikpapan SLBN already has bread products managed by the culinary department but they have not yet been marketed using e-commerce. **Objective:** This community service aims to determine (a) the percentage of understanding levels in the socialization and training activities of school-based production units through the empowerment of teachers and students with special needs to optimize digital marketing; (b) the percentage increase in marketing of bread production at Balikpapan SLBN both through e-commerce and non-e-commerce. **Methods:** This community service project used a qualitative approach. It targeted teachers and students at Balikpapan Special Needs School (SLBN) regarding strengthening production units and digital marketing. **Results:** Teachers are familiar with and able to operate Shopee and Shopee Food accounts for selling. Sales increased by producing bread six times a week. **Conclusion:** This community service highlights successful socialization and training with achievements averaging above 80%, production quality improvement of 81.31%, and digital marketing still dominated by sales through street stalls (53%) compared to Shopee and Shopee Food (23%).

Keywords—Production Unit; School-Based; Digital Marketing; Teachers; Students with Special Needs

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Penulis Korespondensi:

Rahayu Sri Waskitoningsyas,
Pendidikan Matematika,
Universitas Balikpapan,
Email: rahayu.sri@uniba-bpn.ac.id

I. PENDAHULUAN

SLB Balikpapan adalah lembaga pendidikan yang melayani siswa dengan kebutuhan khusus (AsBK) (Neela Afifah, 2022) yang memiliki tantangan memberikan pendidikan yang inklusif (Romadhon & Supena, 2021) dan menyeluruh, serta membantu mengembangkan keterampilan (Damanik, 2024) kerja dan kehidupan sehari-hari. Guru SLB sudah menggunakan media video animasi dalam pembelajaran untuk meningkatkan pengetahuan anak ABK (Constantika et al., 2022). Guru juga harus mampu meningkatkan pemahaman mengenai teknologi digital (Casmudi et al., 2023) (Zafriana et al., 2025) dikarenakan saat ini pembelajaran mengarah ke digitalisasi (Boentolo et al., 2024).

Penggunaan media pembelajaran efektif perlu ditingkatkan sehingga menjadikan solusi untuk menambah keterampilan digital (Ulandary et al., 2023) dan diperlukan sosialisasi dan pendampingan dalam memperkuat unit produksi sekolah (Purwantini et al., 2025). Unit produksi melibatkan pembuatan produk yang bisa dipasarkan (Nisak et al., 2022). Setiap pelaksanaan manajemen pendidikan khusus di SLB di kelola oleh Kepala Sekolah (Daroni et al., 2018). Siswa dan Guru SLB yang dibina untuk menjadi mandiri secara ekonomi dan berprestasi baik akademik ataupun non akademik (Sevriana et al., 2019) melalui pemberdayaan guru dan siswa (Casmudi et al., 2024). Keberhasilan sekolah dalam pembelajaran untuk siswa ABK sangat penting. Sehingga sekolah harus menyesuaikan kurikulum dengan perkembangan teknologi dengan pengenalan digitalisasi (Fansury et al., 2023). Karena pengembangan teknologi dan digitalisasi sangat dibutuhkan di SLB dalam kegiatan pembelajaran.

Analisis situasi di SLB Negeri Balikpapan yaitu 1) guru belum terampil dalam penerapan teknologi terutama penggunaan shopee dan shopee food; 2) keterbatasan sumber daya manusia, maksudnya belum ada potensi untuk mengembangkan unit produksi dalam perangkat teknologi, keterbatasan dana, fasilitas, dan akses ke teknologi dapat menghambat implementasi inisiatif ini; 3) Persepsi sosial terhadap ABK maksudnya masih ada orang yang beranggapan atau persepsi yang kurang mendukung terhadap kemampuan siswa ABK untuk mengelola atau berpartisipasi dalam kegiatan bisnis; 4) keterbatasannya infrastruktur dan aspek pasar, dalam hal ini penggunaan teknologi untuk pemasaran digital dapat menjadi tantangan, terutama di daerah dengan keterbatasan infrastruktur digital yang baik; 5) keterbatasan keterampilan motorik dan sensorik siswa ABK harus selalu diingatkan; 6) keterbatasan guru dan siswa SLB dalam keterampilan kognitif pembuatan video.

Permasalahan SLBN Balikpapan ini berdasarkan hasil wawancara seperti pada gambar 1 dengan Plt Kepala Sekolah SLBN Balikpapan bahwa di SLBN Balikpapan sudah memproduksi

roti tetapi belum dipasarkan ke media sosial digital berupa shopee dan shopee food. Selain aini produk SLBN Balikpapan hanya dipasarkan di grup wa dan wali murid saja.



Gambar 1. Wawancara Guru dan Siswa ABK

Kegiatan ini untuk mengoptimalkan bisnis berkelanjutan untuk anak SLB, memperkuat manajemen unit produksi, serta peningkatan pemasaran. Sehingga dengan adanya kegiatan PkM ini dapat mendorong kewirausahaan dan perlunya pemberdayaan guru dan sarana sekolahsupaya kegiatan wirausaha tetap berjalan. Sejalan dengan (Casmudi et al., 2024) bahwa sarana sekolah dibutuhkan dalam kewirausahaan. Tujuan PkM ini adalah untuk mengetahui (a) berapa persentase tingkat pemahaman dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan unit produksi berbasis sekolah melalui pemberdayaan guru dan siswa ABK untuk mengoptimalkan pemasaran digital; (b) berapa persentase peningkatan pemasaran produksi roti di SLBN Balikpapan baik melalui *e-commerce* maupun non-*e-commerce*.

Keterkaitan SDGs (1) dalam kegiatan penguatan manajemen unit produksi di SLBN Balikpapan dapat meningkatkan kualitas pendidikan dengan memberikan keterampilan kepada siswa ABK terkait keterampilan memproduksi roti dan pemasaran digital untuk guru SLB; dan (2) Pemasaran digital juga dapat digunakan guru SLB untuk mengatasi kerugian, meningkatkan pendapatan, serta produk menjadi lebih bertanggungjawab.

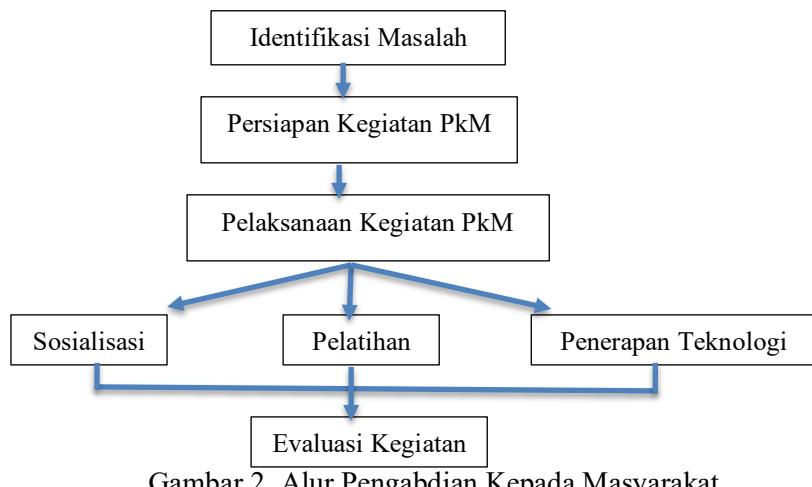
II. METODE

Dalam pengabdian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mana diharapkan temuan-temuan yang bersifat empiris dapat dideskripsikan secara lebih rinci, lebih jelas, dan lebih akurat. Jenis pengabdian yang digunakan dalam pengabdian ini adalah studi kasus, di mana peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan secara langsung. Pengabdian ini merupakan strategi pengabdian di mana di dalam ketua dan anggota menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses atau sekelompok invidu. Kasus-kasus di bawa oleh waktu dan aktivitas, dan peneliti mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan

berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan. Kemudian diberikan instrumen indikator bidang produksi dan pemasaran untuk menghitung persentase tercapainya pengabdian ini.

Lokasi pengabdian masyarakat ini dilakukan di SLBN Balikpapan yang berlokasi di Jalan Let. Kol. Polisi H.M Asnawi, Sepinggan raya, RT 14, Balikpapan Selatan, masuk dalam kelurahan Sepinggan Raya, Kecamatan Balikpapan Selatan, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur dengan kode pos 76115. Pengabdian masyarakat ini dilakukan pada saat tahun ajaran 2025/2026 selama 9 bulan mulai bulan Februari sampai Oktober tahun 2025. Dalam pengabdian skema pemberdayaan masyarakat pada kelompok tidak berproduktif yaitu guru dan siswa. Yang mengikuti kegiatan sosialisasi sebanyak 35 guru dan yang mengikuti kegiatan pelatihan canva sebanyak 14 siswa SLBN Balikpapan yang masuk dalam dissabilitas grahita dan rungu.

Metode tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat: 1) memberikan sosialisasi penyampaian materi “Unit Produksi Berbasis Sekolah” dan Pemasaran Digital; 2) Pelatihan menggunakan canva untuk membuat *stiker* dan membuat akun *e-commerce*; 3) penerapan teknologi meliputi penggunaan teknologi produksi yang digunakan serta penggunaan akun media sosial di *shopee* dan *shopee food* untuk melihat peningkatan penjualannya serta mengurangi efek kerugian; 4) pendampingan dan evaluasi pengabdian produksi dan pemasaran roti baik di akun *shopee* dan *shopee food* atau penggunaan ; serta 5) keberlanjutan program meliputi guru dan siswa terus mengelola dan mengembangkan roti dan mendorong siswa ABK dalam meningkatkan keterampilan dan edukasinya. Tahapan Pengabdian Kepada Masyarakat terdiri pada gambar 2 dari 1) identifikasi masalah yang ada di SLBN Balikpapan pada jurusan tataboga; 2) Persiapan kegiatan PkM; 3) Pelaksanaan kegiatan meliputi a) sosialisasi “Penguatan Unit Produksi Berbasis Sekolah” dan “Pemasaran Digital”, b) pelatihan “canva” dan “pembuatan toko di *e-commerce*, c) penerapan teknologi; 4) Evaluasi Kegiatan.



Gambar 2. Alur Pengabdian Kepada Masyarakat

Dibawah ini merupakan kegiatan sosialisasi materi “Penguatan Unit Produksi Berbasis Sekolah” dan “Pemasaran Digital”. Penyampaian sosialisasi dilakukan oleh dua narasumber. Satu narasumber menyampaikan materi penguatan unit produksi berbasis sekolah dari Universitas Balikpapan sedangkan untuk pemasaran digital oleh dosen Universitas Mulia.



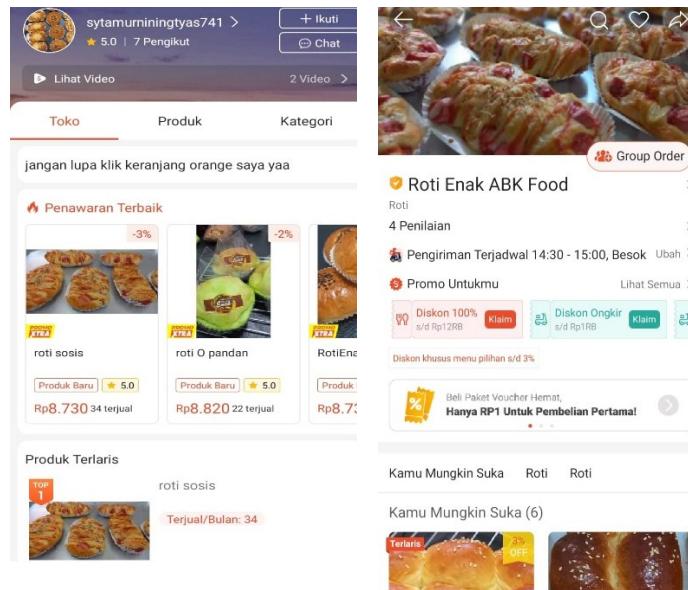
Gambar 3. Kegiatan Sosialisasi Penguatan Unit Produksi Berbasis Sekolah dan Pemasaran Digital

Pada Gambar 3 dan gambar 4 tampak guru semangat mengikuti sosialisasi. Dari prediksi 7 orang yang ikut kegiatan sosialisasi ternyata terdapat antusias 35 orang guru yang ikut kegiatan sosialisasi. Guru sangat antusias dan semangat dalam mengikuti kegiatan sosialisasi mengenai penguatan unit produksi berbasis sekolah dan pemasaran digital.



Gambar 4. Pelatihan Canva Untuk Siswa SLBN Balikpapan

Dari 13 siswa yang diajukan ke SLBN Balikpapan untuk mengikuti canva ternyata 14 siswa semangat mengikuti pelatihan canva. Guru menyarankan kepada tim pelaksana dalam mengikuti kegiatan pelatihan canva ada 13 anak ABK tetapi ternyata yang mengikuti ada 14 siswa dari dissabilitas grahita dan rungu.



Gambar 5. Akun Toko Roti ABK Food

Gambar 5 Menunjukkan toko di akun *shopee* dan *shopee food*. Untuk pertama kalinya Guru Tataboga belajar membuat akun media sosial untuk berjualan. Selama pembuatan akun *e-commerce* kendala guru dalam pembuatan NPWP dan cara menggunakan akun *shopee* dan mempromosikan di *e-commerce*nya.



Gambar 6. Penggunaan Grobak Etalase, Tempat Jualan, dan Tempat Roti

Penggunaan grobak etalase beserta perlengkapannya seperti pada gambar 6. Pembeli antusian untuk membeli produk roti dengan cara roti yang sudah diletakkan di atas tempat jualan yang terlihat oleh pembeli. Sedangkan untuk stoknya ditaruh di dalam grobak etalasenya. Grobak etalase dimanfaatkan supaya pengunjung dapat melihat produk rotinya.

Tabel 1. Evaluasi Ketercapaian Kegiatan Pengabdian

Kategori Persentase	Keterangan
90-100%	Sangat Tinggi
80-89%	Tinggi
70-79%	Sedang
60-69%	Rendah
50-59%	Sangat Rendah

Evaluasi ketercapaian kegiatan pengabdian kepada Masyarakat untuk kegiatan sosialisasi dan pelatihan dikategorikan dalam persentase seperti pada tabel 1. Apabila sangat tinggi dalam persentase 90-100%. Sedangkan untuk kategori persentase 80-89% dalam kategori tinggi. Dalam kategori sedang antara 70-79%.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini diawali dengan sosialisasi unit produksi berbasis sekolah dan pemasaran digital yang diikuti oleh 35 guru SLBN Balikpapan yang dilaksanakan pada tanggal 24 Juli 2025. Serta Kegiatan pelatihan canva dilaksanakan pada tanggal 25 Juli 2025 diikuti oleh 14 siswa ABK yang berlangsung di SLBN Balikpapan. Untuk Sosialisasi guru dilakukan di ruang guru dan untuk pelatihan siswa dilakukan di ruang komputer.



Gambar 7. Dokumentasi Sosialisasi Unit Produksi Berbasis Sekolah dan Pemasaran Digital

Dokumentasi sosialisasi pada gambar 7 tersebut diakhiri dengan pemberian plakat untuk SLBN Balikpapan yang sudah bersedia menjadi mitra kegiatan pengabdian. Melalui kegiatan sosialisasi ini guru SLBN Balikpapan dapat menambah pengetahuannya mengenai penguatan unit produksi dan pemasaran digital melalui pemberdayaan guru (Casmudi et al., 2024). Perlunya edukasi parenting dalam mengelola kewirausahaan di SLBN Balikpapan, sejalan dengan (Sugianto & Waskitoningsyah, 2024) bahwa edukasi parenting sudah diterapkan di sekolah. Penggunaan aplikasi Canva efektif untuk meningkatkan keterampilan guru (Hendratno et al., 2025).



Gambar 8. Dokumentasi Pelatihan Canva dan Akun *E-commerce*

Gambar 8. Foto bersama guru beserta siswa ABK yang sudah mengikuti kegiatan pelatihan canva. Kegiatan ini bermanfaat untuk siswa supaya melatih keterampilan dalam canva (Ulandary et al., 2023). Serta menambah keterampilan guru dalam menggunakan akun *e-commerce* untuk berjualan sehingga mengurangi resiko kerugian dan meningkatkan pendapatan (Zafriana et al., 2025). Kegiatan PkM ini dapat mendorong kewirausahaan dan perlunya pemberdayaan guru dan sarana sekolahsupaya kegiatan wirausaha tetap berjalan. Sejalan dengan (Casmudi et al., 2024) bahwa sarana sekolah dibutuhkan dalam kewirausahaan. Selain itu guru juga mempromosikan produk SLBN Balikpapan di akun tiktok sebagai pengenalan produk roti. Bawa media tiktok digunakan sebagai media edukatif (Sihotang et al., 2025). Penggunaan tiktok untuk peningkatan promosi (Sisepaputra et al., 2025).

Setelah adanya kegiatan sosialisasi dan pelatihan pada gambar 9 diadakan penerapan teknologi. Dalam proses pembuatan roti terdiri dari beberapa tahap: 1) Persiapan bahan & pencampuran adonan: Sekitar 30 menit dengan menimbang bahan, mencampur tepung, ragi, air, gula, garam, dan lemak. Kemudian menguleni adonan sampai kalis (dengan mixer); 2) Fermentasi pertama (proofing): Sekitar 2 jam supaya adonan dibiarkan mengembang. 3) Pembentukan adonan dan fermentasi kedua: Sekitar 60 menit. Setelah adonan mengembang, adonan dibentuk (bulat, panjang, atau persegi panjang) dan dibiarkan mengembang lagi; 4) Pemanggangan: Sekitar 20 menit sampai 40 menit, tergantung jenis roti dan ukuran. Jangan lupa diberi *timer* supaya roti tidak hangus. Dipanggang dalam oven sampai matang (Dengan suhu 180–220°C).



Gambar 9. Pembuatan Roti

Penggunaan pemasaran digital dapat membuka peluang pasar yang lebih luas untuk produk-produk yang dihasilkan oleh siswa ABK, serta mengajarkan siswanya melatih keterampilan yang sangat relevan di era digital (Fansury et al., 2023) saat ini. Faktor pendukungnya meliputi semangat anak ABK dalam belajar (Adnin et al., 2023) dan pelatihan yang didukung oleh sarana sekolah. Meningkatnya pengetahuan dan pemahaman terhadap digital marketing perlu dilakukan oleh anak berkebutuhan khusus supaya dapat membantu dalam memasarkan produk (Andina et al., 2020). Dalam memberikan pengetahuan mengenai pemasaran produk juga dapat meningkatkan keterampilan anak ABK (Ulandary et al., 2023). Saat ini di SLBN Balikpapan sudah memproduksi pembuatan roti dalam peningkatan keterampilan kewirausahaan serta penguatan ekonomi (Zafriana et al., 2025) sekolah.

Tahapan mengadon roti yaitu proses penting dalam pembuatan roti, jika adonan yang baik akan menghasilkan tekstur roti yang lezat. Siswa SLB dilatih dalam keterampilan untuk mengadon roti, menaruh selai atau margarin dengan hati-hati, serta membentuk bulatan-bulatan kue terlebih dahulu sebelum diisi dengan isian. Dalam hal ini diperlukan *mixer* otomatis membantu menguleni roti. Permasalahan di SLBN Balikpapan terkait pengetahuan dan keterampilan berupa siswa ABK sulit untuk menghafal sehingga anak ABK sering merekam dan memvidio untuk mengingatnya, siswa ABK yang sering lupa menaruh barang seperti mixer, loyang, dan mika kue, kemudian kurang menguasai teknologi sosial media untuk guru tataboga sehingga diperlukan pendampingan penggunaan *shopee* dan *shopee food* selama beberapa hari.

Berdasarkan hasil wawancara Guru di SLBN Balikpapan bahwa tiap kali melakukan praktik memasak, siswa SLB selalu diperingatkan untuk merawat peralatan memasak dan membuat adonan. Selama ini guru tataboga berjualan di kantin sekolah dan dititipkan di 6 toko, sehingga produk hanya diproduksi seminggu tiga kali. Tetapi setelah dibukanya akun *e-commerce* dan grobak etalase yang disertai tempatnya untuk berjualan. Adanya peningkatan dalam memproduksi roti 6 kali seminggu dalam memproduksi roti. Selama jualan di *shopee* dan *shopee food* tidak ada produk yang dikembalikan, serta toko tidak mengalami kerugian, berbeda ketika membuka toko di grobak etalase yang terkadang terdapat selisih dalam pemasukan dibandingkan pengeluaran.

Dampak produksi dan pemasaran roti dari segi sosial ekonomi bagi kebutuhan masyarakat luas: 1) mengembangkan usaha kecil dan menengah; 2) meningkatnya pendapatan sekolah khususnya tataboga sehingga membantu siswa dalam prakteknya; 3) dari pemilihan bahan baku hingga cara pengemasan dan distribusi roti termasuk ramah lingkungan.

Pemasaran dan produksi roti memberikan manfaat yang sangat besar bagi kebutuhan masyarakat luas, baik dari sisi sosial maupun ekonomi. Dalam aspek ekonomi, meningkatkan pendapatan dikarenakan guru selain memproduksi roti juga belajar membuka toko di *shopee* dan *shopee food* tanpa harus membayar admin, dan memperkuat produk roti. Sementara itu, dalam

aspek sosial, roti menyediakan makanan yang praktis, bergizi, dan terjangkau, serta berkontribusi pada ketahanan pangan dan pemberdayaan masyarakat. Dengan inovasi yang terus berkembang, pemasaran roti dapat memberikan solusi yang lebih sehat dan berkelanjutan bagi masyarakat luas, juga masyarakat juga mengenal produk dari SLBN Balikpapan.

Sebelum guru tataboga membuka toko di akun *e-commerce* dan belum memiliki grobak etalase. Produk roti hanya dititipkan di kantin sekolah dan 6 toko, hanya memproduksi tiga kali dalam seminggu. Setelah memiliki akun *shopee* dan *shopee food* mulai bertambah minat dalam membeli produk roti dari SLBN Balikpapan dan penggunaan grobak etalasenya serta perlengkapannya memperlihatkan bahwa SLBN Balikpapan memiliki produk unggulan yaitu “Roti Enak ABK Food”.

Menurut (Nisak et al., 2022) terdapat strategi pemasaran 1) mengoptimalkan penggunaan teknologi; 2) menjaga kualitas produk yang dipasarkan; serta 3) selalu mengikuti *event* pameran atau *bazar*. Sedangkan (Sari, 2023) menjelaskan bahwa produksi roti salah satu bahan makanan tidak tahan lama serta lebih sensitif terhadap harga dan kualitas yang dipromosikan, sedangkan promosinya tidak mempengaruhi kepuasan konsumen (Sugihartanto et al., 2022) dalam membeli produk roti.

Melalui pelatihan canva, siswa ABK belajar untuk membuat stiker dan dapat menambah keterampilan penggunaan teknologi (Hasmyati. dkk., 2022) serta menambah pengalaman belajar bersama dengan beda tingkatan. Penggunaan canva untuk siswa juga sangat efektif untuk belajar, karena siswa dilatih untuk melatih keterampilan (Hendratno et al., 2025). Dalam pengabdian ini bahwa (a) dalam kegiatan sosialisasi unit produksi berbasis sekolah sebesar 83,69% dalam kategori tinggi sedangkan untuk sosialisasi pemasaran digital sebesar 80,21% dalam kategori tinggi, serta media sosial yang sering digunakan yaitu Instagram, begitu pula dalam kegiatan pelatihan canva pada siswa SLB persentase ketercapaiannya 80,02% (tinggi), rata-rata peningkatan kualitas produksi 81,31% (tinggi); dan (b) untuk persentase peningkatan pemasaran digital menggunakan *shopee* dan *shopee food* masih sebesar 23% produk roti yang terjual sedangkan 53% produk roti terjual di grobak etalase, sisanya diletakkan digerai atau toko.

Hasil evaluasi PkM bahwa 1) Siswa ABK kesulitan dalam pengantaran produk roti sehingga digunakan pemasarannya menggunakan *shopee* supaya memudahkan dalam pengantaran pesanan dan produk di SLBN Balikpapan dijangkau oleh Masyarakat luas; 2) Dalam pembuatan video untuk promosi roti, guru menggunakan canva untuk mengedit dan memasukkan musik dan suara; dan 3) Akun *e-commerce* yang sering digunakan yaitu *shopee* yang Bernama sytamurniningtyas741.

IV. KESIMPULAN

Kesimpulan dalam pengabdian ini bahwa (a) dalam kegiatan sosialisasi unit produksi berbasis sekolah sebesar 83,69% sedangkan untuk sosialisasi pemasaran digital sebesar 80,21%, serta media sosial yang sering digunakan yaitu Instagram, begitu pula dalam kegiatan pelatihan canva pada siswa SLB persentase ketercapaianya 80,02%, rata-rata peningkatan kualitas produksi 81,31%; dan (b) untuk persentase peningkatan pemasaran digital menggunakan *shopee* dan *shopee food* masih sebesar 23% produk roti yang terjual sedangkan 53% produk roti terjual di grobak etalase, sisanya diletakkan digerai atau toko.

Rencana pengembangan PkM berikutnya yaitu kegiatan mengolah kopi untuk menjadi minuman atau serbuk kopi untuk dijadikan kewirausahaan di Sekolah supaya sekolah dapat menghasilkan minuman yang sehat tidak hanya memproduksi kue atau roti. Sehingga produksi di sekolah tetap terus berjalan

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis memberikan ucapan terimakasih kepada: (1) Kemdiktisaintek sehingga kegiatan pengabdian ini dapat didanai Rp. 28.187.000,00 dengan No Kontrak Induk 128/C3/DT.05.00/PM/2025 dan KTR-06/LPPM-UNIBA/VI/2025; (2) Universitas Balikpapan; (3) LPPM Universitas Balikpapan; (4) FKIP Universitas Balikpapan; (5) Universitas Mulia; Mahasiswa Dewi dan Ine Febrianti Sea; (6) Teman-teman baik di FKIP maupun LPPM Universitas Balikpapan; (7) Semua mahasiswa Pendidikan Matematika Universitas Balikpapan.

DAFTAR PUSTAKA

Adnin, I., Sapriya, S., Nuriyani, R., Ramadhan, A. R., Damayanti, S., & Putra, A. N. (2023). Analisis Implikasi Penerapan Pembelajaran Berdiferensiasi Terhadap Kemampuan Berpikir Kritis Peserta Didik Pada Pembelajaran PKn. *Educatio: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 18(2), 304–314. <https://doi.org/10.29408/edc.v18i2.24310>

Andina, A. N., Zahra, E. F., & Muniruddin, M. (2020). Pemanfaatan Sosial Media Untuk Digital Marketing Bagi Anak Berkebutuhan Khusus Di SLB B Yakut Purwokerto. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 245–250. <https://doi.org/10.12928/jp.v4i3.2794>

Boentolo, F., Manu, C.-C. C. R., Saragih, O. G., & Zalukhu, S. (2024). Peran Guru Memanfaatkan Ai Dalam Membangun Generasi Unggul Menuju Indonesia Emas 2045. *Aletheia Christian Educators Journal*, 5(1), 42–48. <https://doi.org/10.9744/aletheia.5.1.42-48>

Casmudi, Sugianto, & Waskitonningtyas. (2023). *Proses Pembelajaran di Era Industri 4.0*. Deepublish. <https://www.jurnalprisanicendekia.com/index.php/portofolio/article/view/119>

Casmudi, Waskitonningtyas, R. S., & Utomo, G. (2024). Upaya Pemberdayaan Orang Tua Miskin Ekstrem melalui Sekolah Ramah Anak untuk Meningkatkan Sarana Sekolah dan Edukasi Parenting di Sekolah Dasar Balikpapan. *Kontribusi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 73–85.

<https://jurnal.ciptamediaharmoni.id/index.php/kontribusi/article/view/474>

Constantika, L., Dewi, R. K., & Wardani, I. K. (2022). Efektivitas Media Video Animasi Dalam Pembelajaran Dental Health Education Pada Anak Tunagrahita (Literature Review). *Dentin*, 6(1), 30–34. <https://doi.org/10.20527/dentin.v6i1.6231>

Damanik, F. H. S. (2024). Peran Bimbingan Konseling Pada Sekolah Ramah Anak dalam Memberikan Dukungan Emosional di Sekolah Menengah Atas. *Didaktika: Jurnal Kependidikan*, 13(2), 2433–2442. <https://doi.org/10.58230/27454312.559>

Daroni, G. A., Solihat, G., & Salim, A. (2018). Manajemen Pendidikan Khusus di Sekolah Luar Biasa Untuk Anak Autis. *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 5(2), 196–204. <https://doi.org/10.24246/j.jk.2018.v5.i2.p196-204>

Fansury, A. H., Sampelolo, R., & Lutfin, N. (2023). Wokshop Pengembangan Manajemen Sekolah Luar Biasa (SLB) di Era Digital. *Tongkonan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 61–70. <https://doi.org/10.47178/tongkonan.v2i1.2063>

Hasmyati. dkk. (2022). *PENDIDIKAN INKLUSIF* (M. P. Ariyanto (ed.); I). PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.

Hendratno, Amalia, E., Isti, N., Siswanto, B. E., & Mufidah, Z. R. (2025). Pelatihan Literasi Digital Canva untuk Guru Sekolah Dasar. *Kontribusi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 222–231. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v5i2.524>

Neela Afifah. (2022). Pembelajaran Anak Berkebutuhan Khusus Studi Kasus Learning Disorder. *Genderang Asa: Journal of Primary Education*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.47766/ga.v3i1.329>

Nisak, M., Irianto, H., & Setyowati, S. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Produk Roti Ganep's dengan Metode SWOT dan QSPM pada Masa Pandemi COVID-19. *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, 1(1), 28. <https://doi.org/10.20961/cosmed.v1i1.61958>

Purwantini, R., Yulianti, E., & Rayung Puspaningrum, M. (2025). Sosialisasi Dan Pendampingan Manajemen Sekolah Dalam Membentuk Karakteristik Peduli Kesehatan. *Kontribusi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 121–133. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v6i1.773>

Romadhon, M., & Supena, A. (2021). Penanganan Siswa Learning Disabilities di Sekolah Dasar Inklusi. *Jurnal Basicedu*, 5(3), 1471–1478. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i3.941>

Sari, L. P. et al. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian “Myroti” (The Influence of Product Quality, Promotion, and Price on “Myroti.” *Jurnal EMAS : Ekonomi Manajemen Akuntansi Kewirausahaan*, 3(1), 1–6. <https://jurnal.lppmpelitabangsa.id/index.php/emas/article/view/640>

Sevriana, L., Agustiningsih, D. D., Rani, A. M., Assyofa, A. R., & Sumpena, F. F. (2019). Peningkatan Kemampuan Pengelolaan Bisnis Guru SLB Tuna Rungu. *Ethos: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (Sains & Teknologi)*, 7(2), 342–354. <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/ethos/article/view/4727>

Sihotang, R. M., Allesandro, Y. A., Sirait, R. A., Alam, P. W., & Padjadjaran, U. (2025). Produksi Filter Interaktif Tiktok HapHap MIGI Sebagai Media Edukasi Visual Pendukung Transmedia Animasi. *Kontribusi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 30–43. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v6i1.671>

Sisepaputra, B., Suroni, A., Islam, K., Orvala, F., Putra, D. S., & Pratama, T. R. (2025). Peningkatan Promosi Desa Wisata Soco Melalui Digitalisasi Objek Wisata dan Edukasi Komunitas. *Kontribusi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 164–172. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v6i1.747>

Sugianto, & Waskitoningsyas, R. S. (2024). Upaya Pemberdayaan Orang Tua Untuk Meningkatkan Edukasi Parenting Di SDN 001 Balikpapan Timur. *EDUPRO : PROSIDING BERKALA ILMU PENDIDIKAN*, 1(1), 1–7. <https://edupro.uniba-bpn.ac.id/index.php/edupro/article/view/6>

Sugihartanto, M. F., Nugroho Priyo Negoro, Geodita Woro Bramanti, Nabila Silmina Hakim, &

Gita Widi Bhawika. (2022). Membangun Ekosistem Halal Kantin Asrama Institut Teknologi Sepuluh Nopember. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(1), 19–29. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v3i1.777>

Ulandary, Y., Setiawan, R., Muttaqin, L. H., & Istiarsyah, I. (2023). Pemanfaatan Media Pembelajaran Berbasis Digital di SLB Global School Langsa. *BAKTIMAS: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(2), 184–189. <https://ojs.serambimekkah.ac.id/index.php/BAKTIMAS/article/view/6425>

Zafriana, L., Nasution, A. H., & Nasution, A. H. N. (2025). Penguatan Daya Saing Santri Era Digital melalui OPOP Jatim. *Kontribusi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 428–439. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v5i2.661>