

Manajemen Usaha Kuliner Kelurahan Cipinang Melayu Jakarta Timur Dalam Menghadapi Era New Normal

Sabar Napitupulu¹, Mulyadi^{2*}, Rina Pratiwi³, Tardin⁴, Abdul Rahman⁵

^{1,2,3,4,5}Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Swadaya, Jakarta, Indonesia

²Fakultas, Program Studi, Nama Institusi, Kota, Indonesia

Email: lsabartuanapit@gmail.com, mulvadi.nursi66@gmail.com

(* : coresponding author)

Abstrak–Program Kemitraan Masyarakat ini bermitra dengan Kelompok Kuliner RW 13 Kelurahan Cipinang Melayu Jakarta Timur. Permasalahan yang dihadapi, adalah: (1) Belum diterapkannya tata kelola dan administrasi yang baik, serta pelaporan keuangan, (2) Belum tersedianya kemasan produk yang menarik pembeli, (3) Sistem promosi yang dilakukan masih sederhana belum memanfaatkan teknologi digital. Solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan mitra adalah: (1) Memberikan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola usaha, perbaikan administrasi dan keuangan, (2) Memberikan pelatihan cara membuat kemasan yang baik dan higienis, (3) Memberikan pelatihan tentang sistem promosi dan pemasaran secara online. Metode pelaksanaan kegiatan yaitu pelatihan, ceramah, diskusi dan Tanya jawab terkait materi pelatihan yang diberikan. Hasil yang diperoleh setelah seluruh kegiatan dilaksanakan, adalah: Mitra anggota kelompok telah memiliki pengetahuan dan keterampilan mengelola usahanya sendiri dan dapat membuat pembukuan dan pelaporan keuangan, Mitra anggota kelompok memiliki pengetahuan dan keterampilan membuat kemasan sendiri yang higienis dan menarik, Mitra anggota kelompok memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam membuat kemasan yang baik dan higienis, serta dapat mempromosikan, memasarkan produk dengan memanfaatkan teknologi digital sistem online melalui social media (*web*, *wa*, *face book* dan *instagram*). Hasil ini tercapai karena adanya sikap dan motivasi yang tinggi yang dimiliki mitra kuliner mengikuti pelatihan dari awal sampai selesai. Adanya penguatan manajemen usaha kuliner yang dimiliki memberikan dampak positif dan lebih bersemangat dalam menjalankan usahanya setelah mengalami penurunan dimasa pandemi covid-19.

Kata Kunci: Manajemen usaha, Kuliner, pemasaran *online*.

Abstract– *Community Partnership Program with Culinary Group RW 13, Cipinang Melayu Village, East Jakarta. The problems faced are: (1) The implementation of good governance and administration, as well as financial reporting, (2) The unavailability of product packaging that attracts buyers, (3) The promotion system that is carried out is still simple and does not utilize digital technology. The solutions offered to complete partner promotions are: (1) Providing training to improve knowledge and skills in business management, administrative and financial improvements, (2) Providing training on how to make good and hygienic packaging, (3) Providing training on systems and marketing by online. Methods of implementing training activities, lectures, discussions and questions and answers related to the training materials provided. The results obtained after all activities carried out are: Group member partners have the knowledge and skills to manage themselves and can make financial accounting and reporting, Group member partners have the knowledge and skills to make their own hygienic and attractive packaging, Group member partners have the knowledge and skills in making good and hygienic packaging, as well as being able to promote, market products by utilizing digital system technology online through social media (web, wa, face book and instagram). This result was achieved because of the high attitude and motivation of culinary partners in participating in the training from start to finish. An increase in the management of their culinary business has a positive impact and is more enthusiastic in running after experiencing a decline during the covid-19 pandemic.*

Keywords: *Business management, Culinary, online marketing*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki posisi penting, bukan saja dalam penyerapan tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat di daerah, dalam banyak hal mereka menjadi perekat dan menstabilkan masalah kesenjangan sosial. Sehubungan dengan hal tersebut, maka perlu upaya untuk menumbuhkan iklim kondusif bagi perkembangan UMKM dalam mempercepat pembangunan daerah.

Kementerian Koperasi dan UKM RI menginformasikan bahwa dilihat dari jumlah unit, UMKM memiliki pangsa sekitar 99,99% (62.9 juta unit) dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia (2017). Sedangkan usaha besar hanya sebanyak 0,01% atau sekitar 5400 unit. Usaha

Mikro menyerap sekitar 107,2 juta tenaga kerja (89,2%), Usaha Kecil 5,7 juta (4,74%), dan Usaha Menengah 3,73 juta (3,11%); sementara Usaha Besar menyerap sekitar 3,58 juta jiwa. Artinya secara gabungan UMKM menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional, sementara Usaha Besar hanya menyerap sekitar 3% dari total tenaga kerja nasional (Hadinugroho, B. et al., 2020).

Mengembangkan usaha mikro kecil dan menengah sebagai sasaran utama pembangunan dalam rangka mengatasi masalah ekonomi masyarakat terutama untuk pengentasan pengangguran dan kemiskinan. UMKM terbukti menyerap banyak tenaga kerja dan menggunakan hasil-hasil alam lokal untuk produksi usahanya. Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah keseluruhan dengan cara memberi dukungan positif dan nyata terhadap pengembangan sumber daya manusia (pelatihan kewirausahaan), teknologi, informasi, akses pendanaan serta pemasaran, perluasan pasar ekspor, merupakan indikator keberhasilan membangun iklim usaha yang berbasis kerakyatan.

Usaha kuliner berkembang dengan pesat dari waktu ke waktu, namun seiring dengan adanya Pandemi Covid-19 tidak sedikit yang harus menutup usahanya. Seiring dengan aturan pemerintah yang mengharuskan masyarakat untuk beraktivitas di rumah. Dengan kondisi seperti ini usaha kuliner tetap harus bangkit dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan meningkatkan penjualan di masa pandemi ini. Mereka harus siap berubah sesuai kondisi dan terus mencari ide atau solusi terhadap bisnis mereka agar tidak berhenti begitu saja sehingga dapat menimbulkan kerugian besar. Seiring dengan ini, maka tim dosen STIE Swadaya tertarik untuk melakukan pendampingan terhadap kelompok usaha kuliner yang mengalami dampak akibat pandemi covid-19.

Adapun mitra dalam PKMS ini adalah Kelompok Kuliner RW 13 Kelurahan Cipinang Melayu Jakarta Timur. Kelompok Usaha Kuliner RW 13 Kelurahan Cipinang Melayu Kecamatan Makassar Jakarta Timur anggotanya tersebar di 8 RT yang ada. Usaha kuliner ini ada yang baru dan ada yang sdh lama berdiri, produk yang di jual bervariasi dari jajanan makanan, bakso, gorengan, minuman kekinian, dll. Dalam 2 tahun terakhir sejak pandemic covid 19 banyak yang membuka usaha kuliner walaupun masih skala rumah tangga, namun cukup membantu kebutuhan keluarga.

Usaha kuliner di RW 13 ini masih dikelola sendiri-sendiri, belum terkoordinir dengan baik (Hasil wawancara dengan pengusaha dan Ketua RW 13 Bapak H. Khotibul Umam, S.S.) Usaha kuliner yang dilakukan merupakan usaha rumahan yang tumbuh dan berkembang seiring kebutuhan rumah tangga yang semakin tinggi. Usaha yang dijalankan tentu masih banyak kekurangan atau permasalahan yang dihadapi terkhusus menghadapi new normal akibat pandemi covid 19. Sebagai gambaran situasi kuliner di RW 13 Kelurahan Cipinang dapat dijelaskan sebagai berikut: Manajemen usaha yang dikelola belum cukup baik, dimana para anggota pengusaha kuliner masih mengelola secara tradisional, hanya menjual di rumah atau teras depan rumah, sehingga kadang mengganggu kendaraan yang lewat. Produk yang dijual masih sangat terbatas dan hanya mengharapkan calon pembeli yang lewat atau di wilayah sekitar. Ini dapat dilihat dari beberapa anggota kelompok yang menjajakan jualannya seperti bakso, gorengan tahu/tempe, berbagai minuman kekinian, dan gorengan lainnya.

Untuk dapat bersaing tentu usaha yang dijalankan harus memiliki keunggulan kompetitif meliputi memiliki kualitas SDM yang baik, pemanfaatan teknologi yang optimal, mampu melakukan efisiensi dan meningkatkan produktivitas, mampu meningkatkan kualitas produk, memiliki akses promosi yang luas, memiliki sistem manajemen kualitas yang terstruktur, sumber daya modal yang memadai, memiliki jaringan bisnis yang luas, dan memiliki jiwa kewirausahaan (Tambunan dalam Ezizwita, et al. 2020).

Sistem permodalan masih dari modal sendiri belum pernah mendapat bantuan. Omzet perhari setiap anggota antara Rp. 300.000,- sampai 2.000.000,- dan usahanya dijalankan sendiri dan dibantu keluarganya. Pembukuan administrasi dan keuangan masih sederhana, belum memahami cara menghitung rugi laba padahal prospek usahanya cukup baik apalagi di masa pandemic covid 19 ini sangat membantu untuk menambah kebutuhan keluarga. Sistem pemasaran belum tersentuh dengan teknologi seperti pemasaran dengan system online, sedangkan produk yang dijual termasuk layak higienis, hanya perlu perbaikan kemasan jika pasar di perluas. Para pelaku usaha kuliner inginnya praktis produk selesai langsung jual, namun pelanggan juga masih terbatas di lingkungannya, sehingga perlu memperluas wilayah pelanggan.

Berdasarkan wawancara dengan Ketua RW 13 tanggal 9 Februari 2022, bahwa keinginan pengusaha kuliner itu untuk mengembangkan usahanya sangat besar, dan Bapak Ketua RW 13 sesuai pembicaraan dengan para pengusaha kuliner berencana untuk membuat suatu kawasan kuliner dalam satu wadah yang terkoordinir, baik dari segi manajemen usaha, system pemasaran/penjualan sehingga bisa memperluas pasar bukan hanya di lingkungan RW 13, namun bisa lebih luas lagi. Dari hasil diskusi Ketua RW 13 dengan tim pelaksana pengabdian dari STIE Swadaya, mereka sangat menginginkan adanya kerjasama baik dalam pelatihan maupun pendampingan kelompok, mengingat lokasi kampus masih dalam lingkup kelurahan Cipinang Melayu.

Selanjutnya, terkait kemasan produk juga masih sederhana belum ada merek atau label, demikian pula peralatan proses produksi yang dimiliki pengusaha masih sederhana. Sistem pemasaran yang dilakukan belum memanfaatkan media online secara maksimal, walaupun sudah ada sebagian yang menggunakan *Hand Phone* dengan pesan lewat SMS. Jadi sistem pemasaran digital belum banyak diketahui. Ada beberapa social media marketing yang populer dikalangan masyarakat, seperti *Facebook, Twitter, Pinterest, Reddit, Youtube, Myspace, Digg, Google Plus, LinkedIn, Instagram* dan masih banyak lainnya (Untari, D., & Fajariana, D. E., 2018).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua RW 13 dan beberapa pengusaha kuliner di lingkungan RW 13 dari aspek produksi dan teknologi masih bersifat tradisional, mereka masih menggunakan peralatan seadanya, sistem pemasaran belum memanfaatkan media sosial sebagai promosi produk atau jualan, namun sebagian sudah ada yang menerima order. Pelatihan pemasaran yang lebih memadai adalah melalui pengenalan e-commerce atau market place dan social media sebagai salah satu sarana pemasaran (Mia Ajeng A, 2018),

Beberapa permasalahan dalam rangka untuk meningkatkan tata kelola dan juga aspek pemasarannya, yaitu: Permasalahan yang dihadapi, adalah: (1) Belum diterapkannya tata kelola dan administrasi yang baik, serta pelaporan keuangan, (2) Belum tersedianya kemasan produk yang menarik pembeli, (3) Sistem promosi yang dilakukan masih sederhana belum memanfaatkan teknologi digital dan jangkauan pasar sangat terbatas.

Adapun solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra secara sistematis sesuai dengan prioritas permasalahan.

1. Memberikan pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola usaha, membuat pembukuan dan menyusun laporan keuangan.
2. Perbaiki kemasan produk agar menarik pembeli dengan memberi label, yaitu dengan melakukan pelatihan cara membuat kemasan yang baik dan higienis, serta cara membuat label yang menarik pembeli.
3. Menyelesaikan persoalan pemasaran dengan melakukan pendampingan dan pelatihan memanfaatkan teknologi digital untuk promosi dan pemasaran produk yang dikenal dengan e-commerce, sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk mengatasi permasalahan mitra yang telah disepakati adalah sebagai berikut:

- a. Pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan PKM.

Adapun pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan ini adalah mitra pengusaha kuliner di RW 13 Cipinang Melayu, dan untuk keberlanjutan melibatkan aparat kelurahan dan RW setempat. Sedangkan untuk pengembangannya diharapkan dari pemerintah dinas terkait, lembaga keuangan dan koperasi.

- b. Metode dan tahapan dalam penerapan teknologi kepada mitra.

Berdasarkan identifikasi kebutuhan yang dilakukan oleh tim pengusul kegiatan bersama mitra kelompok kuliner di RW 13, maka metode dan tahapan penerapan teknologi kepada mitra disusun sebagai berikut:

- 1) Tahap persiapan, terdiri dari administrasi dan persuratan dilanjutkan dengan sosialisasi kegiatan kepada mitra kelompok usaha kuliner 13 Cipinang Melayu. Jumlah anggota dalam kelompok usaha kuliner dipilih 10 pengusaha kuliner yang terdiri dari kuliner makanan dengan ciri khas makanan lokal, dan minuman kekinian. Pengusaha kuliner yang menjadi peserta adalah yang sudah beroperasi minimal 2 tahun dan masih tergolong usaha kecil atau rumahan.
- 2) Tahap pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, meliputi:
 - a) Permasalahan manajemen pengelolaan usaha, administrasi pembukuan dan pelaporan keuangan. Pelaksanaanya dilakukan dengan memberikan materi tentang cara membuat catatan pembukuan administiras: catatan pengeluaran dan pemasukan, cara membuat buku kas, membuat buku inventaris, dll. Semua materi disampaikan dengan metode tatap muka langsung. selain itu dalam penyampaian materi dilakukan diskusi dan tanya jawab terhadap materi yang diberikan. Materi administrasi dan keuangan ini diberikan pada bulan pertama.
 - b) Kegiatan penyelesaian permasalahan perbaikan kemasan produk dilakukan dengan pelatihan langsung dan mempraktekkan cara pengemasan dan pembuatan label. Metode yang digunakan adalah praktek/demonstrasi dan pendampingan. Materi terkait adalah membuat kemasan kotak dari karton dan gelas plastik dengan penutup dengan sentuhan teknologi peralatan mesin.
 - c) Kegiatan penyelesaian perbaikan dan perluasan pasar dengan memanfaatkan teknologi digital/e-commerce. Kegiatan ini berisi materi tentang sistem pemasaran terpadu dengan membuat katalog yang berisi menu makanan atau minuman dari sejumlah anggota kelompok, lengkap dengan harga dan nomor kontak untuk pemesanan. Jadi materi tentang strategi marketing/pemasaran e-commerce akan diberikan pada pada minggu kedua bulan kedua. Metode yang digunakan adalah ceramah tatap muka langsung/daring. Bilamana masih perlu penjelasan tentang materi, maka dilakukan tanya jawab dan diskusi.
- c. Prosedur kerja dapat digambarkan mulai dari persiapan pelaksanaan dan evaluasi.
 - 1) Persiapan, meliputi kegiatan administrasi, pemantapan program, penyediaan bahan dan peralatan, materi pembelajaran, serta sosialisasi program
 - 2) Pelaksanaan, meliputi kegiatan penyelesaian masalah di lapangan dengan metode ceramah, pelatihan, dan pendampingan mitra
 - 3) Evaluasi, dilakukan 2 kali yaitu saat pelaksanaan berjalan 50% dan 70%. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui sejauhmana hasil yang telah dicapai berdasarkan progress rencana kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan mulai bulan Juni 2022 sampai bulan September 2022. Adapun pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk mengatasi dan menyelesaikan permasalahan mitra kuliner yang telah disepakati bersama.

Tahap awal kegiatan, meliputi penyelesaian administrasi dan persuratan dilanjutkan dengan sosialisasi kegiatan kepada mitra kelompok usaha kuliner 13 Cipinang Melayu.



Gambar 1. Foto Pertemuan Ketua RW 13 dengan Tim PKM

Pelaksanaan pelatihan dimulai pada Juni 2022 dengan materi manajemen pengelolaan usaha dan administrasi pembukuan. Pelaksanaanya dilakukan dengan memberikan materi tentang cara mengelola usaha kuliner, termasuk pejelasan tentang perekrutan dan pengaturan sumber daya manusia, serta bagaimana menghadapi krisis ekonomi akibat pandemic covid-19 dan upaya yang dilakukan uuntuk bangkit lagi. Untuk materi manajemen tata kelola usaha ini disampaikan oleh Ir. Sabar Napitupulu, S.E., M.M. dan Dr. Ir. Mulyadi. M.Si. Selanjutnya materi administrasi dan keuangan ini diberikan oleh Ibu Rina Pratiwi, S.E., M.Ak. materi yang disampaikan berupa cara membuat catatan pembukuan administrasi, catatan pengeluaran dan pemasukan, cara membuat buku kas, membuat buku inventaris, dll. Selama berlangsung pelatihan tetap diberi kesempatan kepada anggota kuliner peserta pelatihan untuk bertanya terhadap hal-hal yang masih kurang dimengerti. Semua materi pelatihan disampaikan dengan ceramah atau tatap muka langsung, dilanjutkan diskusi dan tanya jawab terhadap materi yang telah diberikan.



Gambar 2. Tim PKM dan Mitra



Gambar 3. Tim PKM Memberikan Materi

Perbaikan produk dilakukan dengan pelatihan langsung dan mempraktekkan cara pengemasan dan pembuatan label yang dibawakan oleh Tardin, S.E., M.M. Metode yang digunakan adalah praktek/demonstrasi dan pendampingan. Materi terkait adalah membuat kemasan kotak dari karton dan gelas plastik dengan penutup dengan sentuhan teknologi peralatan mesin. Kegiatan penyelesaian perbaikan dan perluasan pasar dengan memanfaatkan teknologi digital/e-commerce. Kegiatan ini berisi materi tentang sistem pemasaran terpadu dengan membuat katalog yang berisi menu makanan atau minuman dari sejumlah anggota kelompok, lengkap dengan harga dan nomor kontak untuk pemesanan. Katalog tersebut disebar melalui sejumlah media sosial untuk kemudahan akses bagi masyarakat, di antaranya melalui aplikasi percakapan *WhatsApp*, *Instagram*, *facebook* dengan akun ketua kelompok yang akan dibantu. Pemanfaatan digital marketing dilakukan untuk menjangkau pasar yang luas dan memotong rantai distribusi, sehingga konsumen memperoleh suatu produk harga yang murah. Jadi materi tentang strategi marketing/pemasaran e-commerce akan diberikan pada pada minggu kedua bulan kedua. Metode yang digunakan adalah ceramah tatap muka langsung/daring. Bilamana masih perlu penjelasan tentang materi, maka dilakukan tanya jawab dan diskusi.

Materi strategi Pemasaran online untuk mengembangkan usaha. Langkah awal yang dapat kita lakukan adalah menentukan khalayak sasaran dari produk kita. Dengan menentukan khalayak sasaran, aktivitas pemasaran dapat menysasar calon konsumen secara tepat. Membuat *Website*, *website* merupakan sarana komunikasi yang cukup baik untuk konsumen. Jika konsumen ingin melihat promo, event, atau produk baru, mereka dapat melihatnya melalui website. Selanjutnya membuat design web yang *user friendly* yang responsif, dan meningkatkan *traffic* pada *website*. Dengan *digital marketing*, pemasaran *online* yang dilakukan dapat berjalan dengan memuaskan. Selain itu, kita juga bisa mendapatkan *traffic* yang cukup tinggi di situs kita.



Gambar 4. Anggota Mitra Kuliner Mendengarkan Materi



Gambar 5. Anggota Mitra Kuliner Mendengarkan Materi

Perbaikan kemasan dan labeling produk kuliner mitra telah mengalami peningkatan dengan tetap menutamakan higienisnya. Beberapa produk kuliner yang dikembangkan mitra selama ini dapat di lihat pada gambar 6.



Gambar 6. Produk Mitra Kuliner RW 13 Cipinang Melayu

Evaluasi pelaksanaan kegiatan dilakukan untuk mengetahui sejauhmana ketercapaian program yang dijalankan. Untuk pelaksanaan evaluasi pada kegiatan ini dilakukan pada saat kegiatan berjalan 50% dan 70% hal ini dilakukan sebagai bahan perbaikan untuk ketercapaian program yang dilaksanakan sehingga dapat mencapai 100% sesuai rencana. Adapun tingkat ketercapaian adalah semua permasalahan yang ada pada mitra dapat terselesaikan dengan baik, walaupun belum mencapai 100% (95%), namun semua anggota kuliner mitra sudah dapat menjalankan usahanya secara mandiri dan terjadi peningkatan penjualan.

Secara keseluruhan kegiatan pengabdian yang dilaksanakan telah berjalan dengan baik dengan antusiasme dan motivasi yang tinggi dari peserta dalam hal ini mitra kuliner RW 13 Kelurahan Cipinang Melayu Jakarta Timur.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan PKM yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan PKM ini telah berjalan dengan baik dengan antusiasme mitra mengikuti kegiatan sampai selesai dan telah diperoleh hasil sebagai berikut mitra telah memiliki pengetahuan dan keterampilan

dalam mengelola usahanya sendiri dan dapat membuat pembukuan dan pelaporan keuangan. Sehingga dapat menghitung rugi laba dan arus kas. Mitra memiliki pengetahuan dan keterampilan membuat sendiri kemasan produk usahanya yang menarik dan higienis. Mitra memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam memasarkan produk baik secara langsung maupun melalui sistem *online* dengan memanfaatkan media sosial jangkauan pasar bertambah luas. Dengan menyediakan *Website* menjadi sarana komunikasi yang cukup baik untuk konsumen, dan *website* dimanfaatkan konsumen untuk melihat promo, event, atau produk baru.

REFERENCES

- Bismala, L. (2016). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Enterpreuner dan Entrepreneurship*, 5(1), 19–25
- Ezizwita, et al. (2020). Strategi Penguatan Manajemen Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Industri Pengolahan Makanan Ringan di Kecamatan Kamang Magek Kabupaten Agam Sumbar. *Menara Ilmu*. XIV(2), 23-37.
- Fajar, Mukti. (2015). *UMKM dan Globalisasi Ekonomi*. Yogyakarta: LP3M Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Hadinugroho, B. et al. (2020). Pemberdayaan UMKM Kuliner dalam Manajemen dan Pemasaran Produk Secara Online pada UMKM di Kecamatan Jebres Surakarta. *Prosiding PKM-CSR*, Vol. 3, 1015-1018.
- Mia Ajeng, A. 2018. Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Melalui Pemberdayaan Ibu-Ibu PKK di Kota Kudus. *Journal of Dedicators Community*, 2(2): 83-90.
- Musnaini, Wijoyo, H., Indrawan, I., & Syahtriatna. 2020. *Digipreneurship (Kewirausahaan Digital)* (1st ed.). CV. Pena Persada.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278.