

PENGEMBANGAN USAHA HOME INDUSTRY MELALUI PENDAMPINGAN “MARKETPLACE PLATFORM” DESA MARO SEBO KABUPATEN MUARO JAMBI

Fitri Widiastuti, Muhammad Ridwansyah, Heriberta, Masbirototni, Emilia

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

Email: fitriwid2106@unja.ac.id, ridwansyah.feb@unja.ac.id, heriberta@unja.ac.id, eka_rotni@unja.ac.id, emilia@unja.ac.id

Abstrak

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan di Desa Laboratorium Terpadu (DLT) Universitas Jambi yang berlokasi di Desa Maro Sebo, Kecamatan Jambi Luar Kota, Kabupaten Muaro Jambi. Kegiatan ini merupakan kelanjutan dari kegiatan Inovasi Wira Desa (IWD) tahun lalu. Pada kegiatan IWD tersebut telah dilaksanakan kegiatan sosialisasi, edukasi kepada mitra dalam upaya membangun usaha kripik pisang aneka rasa yang diberi nama “Kripik Pisang Mambo”, dan telah berhasil memperoleh PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga). Dengan demikian fokus selanjutnya adanya keselarasan dalam upaya membangun suatu usaha di desa yang mandiri dengan menjalankan prinsip-prinsip kewirausahaan yang bisa beradaptasi dengan perkembangan zamana. Pada kegiatan pengabdian ini akan difokuskan pada penyiapan e-commerce usaha yang sudah disiapkan pada kegiatan PPM IWD, berupa pembuatan marketplace platform dan media sosial guna membantu para pelaku usaha industri pangan rumah tangga di Desa Maro Sebo. Tujuan dari kegiatan ini membantu para pelaku usaha home industry memulai melakukan aktivitas pemasaran produk dengan bantuan teknologi digital. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pelatihan dan pendampingan. Hasil dari kegiatan pengabdian ini sangat membantu para pelaku usaha home industri di Desa Maro Sebo ini.

Kata kunci: Marketplace, Produk Home Industri, Pendampingan Platform.

Abstract

The implementation of this community service activity is carried out in the Integrated Laboratory Village (DLT) of Jambi University, which is located in Maro Sebo Village, Jambi Outer City District, Muaro Jambi Regency. This activity is a continuation of the Wira Desa Innovation (IWD) activity last year. In this activity, socialization activities, education for partners have been carried out in an effort to build a business of various flavors of banana chips called "Mambo Banana Chips", and have succeeded in obtaining PIRT (Home Industry Food). Thus, the next focus

How to cite:	Fitri Widiastuti, M. Ridwansyah, Heriberta, Masbirototni, Emilia (2023), Pengembangan Usaha Home Industry Melalui Pendampingan “Marketplace Platform” Desa Maro Sebo Kabupaten Muaro Jambi, Vol. 8, No. 2, Februari 2023, Http://Dx.Doi.Org/10.36418/syntax-literate.v8i2.11457
---------------------	---

E-ISSN:	2548-1398
----------------	-----------

Published by:	Ridwan Institute
----------------------	------------------

is on harmony in efforts to build a business in an independent village by implementing entrepreneurial principles that can adapt to the development of the times. In this service activity, the focus will be on preparing e-commerce businesses that have been prepared in this activity in the form of making a marketplace platform and social media to help business actors in the household food industry in Maro Sebo Village. The purpose of this activity is to help home industry business actors start doing product marketing activities with the help of digital technology. The method used in this service is training and mentoring. The results of this service activity are very helpful for home industry business actors in Maro Sebo Village.

Keywords: Marketplace, Product Home Industry, Platform mentoring.

Pendahuluan

Home industry atau industri rumahan adalah suatu jenis usaha yang dilakukan di rumah atau lingkungan sekitar rumah dengan menggunakan peralatan dan teknologi sederhana (Syahdan, 2019). Usaha home industry memiliki potensi yang besar dalam mengembangkan ekonomi di daerah pedesaan, karena mampu meningkatkan pendapatan masyarakat lokal, membuka lapangan pekerjaan, dan memperkuat perekonomian local (Hidayah & Agustinah, 2019).

Industri rumahan cenderung beroperasi dalam skala kecil dan terbatas di area lokal. Hal ini mengakibatkan akses pasar yang terbatas dan berdampak pada penjualan produk home industry yang rendah (Nashir et al., 2020). Banyak pelaku usaha home industry di pedesaan tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam memasarkan produknya secara online (Resnawaty et al., 2020). Kurangnya pemahaman tentang cara memasarkan produk secara online menyebabkan penjualan yang tidak optimal (Afiffah et al., 2022). Pelaku usaha home industry di pedesaan seringkali tidak memiliki akses atau keterampilan teknologi yang memadai untuk memasarkan produk mereka secara online (Resnawaty et al., 2020). Hal ini menyebabkan sulitnya produk home industry dijangkau oleh konsumen yang lebih luas (Endriastuti & Permatasari, 2018).

Produk home industry umumnya bersifat tradisional dan memiliki banyak pesaing yang menawarkan produk serupa. Hal ini menyebabkan sulitnya produk home industry untuk bersaing dalam pasar yang lebih luas (Rosyada & Wigiawati, 2020). Pelaku usaha home industry di pedesaan seringkali kurang mendapatkan bimbingan atau pendampingan dalam mengembangkan usahanya. Hal ini membuat mereka kesulitan dalam mengembangkan usaha dan memasarkan produk secara efektif (Setiawan, 2022).

Kabupaten Muaro Jambi terletak pada 1o51' - 2o01' Lintang Selatan dan 103o15' - 104o30' Bujur Timur dengan luas wilayah 5.246 Km² atau 10,29% dari luas wilayah Provinsi Jambi (ARMENIA et al., 2022). Aksesibilitas yang tinggi dengan adanya lintasan jalur lintas timur menghubungkan Kabupaten Muaro Jambi dengan kota-kota utama di Sumatera bagian timur dan Pulau Jawa. Kabupaten Muaro Jambi merupakan bagian dari wilayah Provinsi Jambi dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 54 Tahun 1999 sebagai pemekaran dari Kabupaten Batang Hari. Sejalan dengan

perkembangannya, kabupaten ini terdiri dari 11 kecamatan, 5 kelurahan, dan 150 desa (Intan, 2020).

Salah satu desa yang berada di Kabupaten Muaro Jambi, dan menjadi prioritas sebagai lokasi desa laboratorium terpadu (DLT) oleh pihak Universitas Jambi adalah Desa Maro Sebo (Rafiqi et al., 2022). Desa ini merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Jambi Luar Kota, Kabupaten Muaro Jambi. Desa ini dipilih sebagai lokasi Desa Laboratorium Terpadu (DLT) karena memiliki potensi wilayah yang cocok untuk mengembangkan aktivitas baik bagi dosen dan mahasiswa dalam program inovasi pembelajaran merdeka belajar kampus merdeka (MBKM), penelitian, pengabdian kepada masyarakat, magang, pendampingan kepada kelompok tani, dan aktivitas penunjang lainnya mengingat desa ini memiliki komoditas tanaman pertanian, perkebunan, peternakan serta komoditas lainnya (Fitriaty et al., 2021).

Hasil dari kunjungan awal Tim Pengabdian Kepada Masyarakat bersama Kepala Desa dan perwakilan dari kelompok PKK dan Kelompok Wanita Tani (KWT) Sekar Lestari Desa Maro Sebo, masih ditemukan permasalahan yang dihadapi oleh mitra di dalam memasarkan produk olahan industri rumah tangga. Sayangnya mitra kurang memiliki keberanian untuk melakukan terobosan baru dan menganggap usaha yang dilakukan hanya sebagai usaha sampingan pengisi waktu (Dewi, 2017). Keraguan untuk mencoba yang baru menjadikan mereka masih mempertahankan penjualan secara tradisional (Amin et al., 2019), padahal mitra memiliki potensi yang dapat dikembangkan untuk memasarkan produk melalui bantuan digitalisasi.

Tingginya arus informasi digital dan ketatnya persaingan, maka ini menjadi tantangan untuk membuat strategi agar dapat mempromosikan produk yang sudah dihasilkan kepada para konsumen. Sehingga pelaku usaha industri rumah tangga di Desa Maro Sebo dapat terus bertahan.

Gambar 1
Hasil Olahan Produk UP2K Desa Maro Sebo



Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, banyak usaha home industry di pedesaan yang masih menghadapi kendala dalam mengembangkan usahanya, terutama dalam hal pemasaran dan promosi produk. Salah satu solusi yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan platform marketplace sebagai sarana untuk memasarkan produk home industry.

Desa Maro Sebo, Kabupaten Muaro Jambi adalah salah satu daerah pedesaan di Jambi yang memiliki potensi untuk mengembangkan usaha home industry. Namun, usaha home industry di desa tersebut masih menghadapi kendala dalam pemasaran dan promosi produk. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan atau bimbingan dalam memanfaatkan platform marketplace sebagai sarana untuk memasarkan produk home industry di desa tersebut.

Beranjak pada persoalan, maka dalam upaya membantu mitra, sangat penting untuk segera melakukan reorientasi pasar dari yang bersifat konvensional ke arah yang bersifat digital. Dengan demikian diharapkan perkembangan usaha industri rumah tangga ini tetap terjaga dengan tersedianya pasar yang semakin luas. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan menyediakan platform marketplace. Namun perlu dipahami bahwa para pelaku usaha yang ada memiliki keterbatasan kualifikasi sumber daya manusia. Untuk itu perlu peningkatan keterampilan pelaku usaha sehingga mampu mengakses dan mengembangkan sistem pemasaran digital.

Metode Penelitian

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini merujuk pada tahapan community planning yang meliputi analisis situasi, formulasi rencana, implementasi, dan monitoring evaluasi (Fauzi et al., 2020). Tahapan pertama yaitu analisis situasi. Pada tahapan ini, tim pengabdian masyarakat sudah melakukan beberapa kali kunjungan pada masyarakat Desa Maro Sebo untuk mengumpulkan informasi dan menentukan permasalahan pemasaran produk yang akan menjadi prioritas untuk diselesaikan. Selain itu, tim juga melakukan analisis data sekunder berupa laporan produk hasil olahan rumah tangga, kelompok wanita tani dan anggota PKK untuk melihat berapa banyak jumlah produk yang sudah dihasilkan oleh masyarakat, khususnya para ibu-ibu dan kelompok remaja putri di Desa Maro Sebo.

Tahapan formulasi rencana dilakukan dengan musyawarah bersama para pemangku kepentingan yang terdiri perwakilan perangkat desa, perwakilan anggota PKK, kelompok wanita tani, RT, tokoh masyarakat, kelompok remaja putri. Kegiatan ini bertujuan untuk merumuskan bersama permasalahan yang akan menjadi prioritas intervensi serta membangun sense of belonging terhadap program sehingga masyarakat diharapkan lebih berkomitmen dalam mendukung kesuksesan program pengabdian kepada masyarakat. Tahapan analisis situasi dan formulasi rencana dilaksanakan pada tanggal 6 - 26 Maret 2022.

Tahapan implementasi dilakukan pada tanggal 3 Agustus 2022 s.d 10 September 2022. Selama jeda waktu, tim melakukan pelatihan dan pendampingan kepada mitra

dengan dibantu oleh beberapa narasumber yang sukses menjalankan bisnis secara digital. Monitoring dan evaluasi pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat dilakukan secara rutin. Tim melakukan koordinasi rutin mingguan untuk membahas kekurangan kegiatan yang dilakukan serta merumuskan rencana kerja selama satu minggu kedepan. Sementara itu, keberhasilan program dievaluasi dengan dilakukan pengecekan pembuatan media digital saat program dimulai dan setelah program berakhir. Selain itu, kami juga mengevaluasi pengetahuan mitra sebelum dan sesudah intervensi dilakukan

Hasil dan Pembahasan

Tahap 1: Analisis Situasi

Tahap analisis situasi atau tahapan awal kegiatan program pengabdian kepada masyarakat adalah melakukan koordinasi dengan pihak Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Jambi terutama yang berkaitan dengan perizinan dan proses kegiatan di lapangan serta menjalin hubungan dengan mitra dan pihak terkait lainnya. Survei lokasi kegiatan untuk pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan di desa Maro Sebo, Kampus Universitas Jambi dengan cara mendatangkan narasumber dari PT. Telkom Indonesia, Cakap Kreatif, dan Komite EKRAF Provinsi Jambi untuk mensosialisasikan dan mempraktekkan teknik pembuatan media pemasaran digital.

Tahap 2: Formulasi rencana

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tim bersama beberapa narasumber membuat schedule pelaksanaan kegiatan yang akan dilaksanakan dan menyampaikan kepada mitra maksud, tujuan dan manfaat dari terselenggaranya kegiatan PPM kepada para mitra tentang bagaimana pendampingan dan pelatihan digital marketing dalam membuat platform marketplace sehingga hasil yang diperoleh dapat di terapkan dengan optimal untuk marketing produk yang di hasilkan oleh Desa Maro Sebo. Pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan dalam kurun waktu selama 5 bulan, sehingga apa yang diharapkan oleh tim pengabdian kepada masyarakat ini bisa di implementasikan di Desa Maro Sebo Kabupaten Muaro Jambi.

Tahap 3: Implementasi

Pada tahapan ini, tim menghadirkan beberapa narasumber yang diharapkan bisa membantu mulai dari aktivitas mensosialisasikan sampai membantu mempraktekkan dalam pembuatan desain marketplace sebagai media dalam membantu mempromosikan dan menjual hasil olahan produk Desa Maro Sebo. Hal ini juga yang di sampaikan oleh beberapa narasumber di antaranya narasumber pertama kegiatan pengabdian kepada masyarakat tanggal 03 Agustus 2022 yaitu Bapak Robby Kurniawan selaku Komite EKRAF Provinsi Jambi. Dalam penyampaian materi yang tertuang dalam media slide power point tersebut, narasumber memberikan pemahaman kepada peserta bagaimana menanamkan mindset entrepreneur dengan memanfaatkan masalah yang muncul untuk menciptakan sebuah solusi, bagaimana menentukan target pasar yang cocok dengan produk yang dihasilkan, pentingnya branding dan memotivasi para peserta dengan memberikan support bahwa “musuh terbesar kesuksesan adalah alasan dan penundaan”

(Puspitasari et al., 2020). ini sangat penting di tanamkan kepada para peserta yang mengikuti kegiatan pendampingan dan pelatihan yang di adakan oleh tim PPM.

Gambar 2
Penjelasan Narasumber “Pemahaman Mindset Entrepreneur”



Setelah narasumber pertama memberikan pembekalan terkait penanaman mindset entrepreneur kepada peserta pendampingan, selanjutnya tim PPM pada tanggal 13 Agustus 2022 mengundang narasumber yaitu mendatangkan Ibu Ezra Meliora dari PT. Telkom Indonesia. Adapun topik yang akan disampaikan kepada peserta yaitu terkait dengan pentingnya belajar digital marketing dimana kunci utama digital marketing yaitu channel, content, dan audience.

Gambar 3
Penjelasan Narasumber “Digital Marketing”



Dari hasil di temukan, peserta belum memahami kelebihan dan kekurangan online/offline marketing, sehingga narasumber memberikan motivasi serta solusi kepada peserta untuk bisa mempersiapkan diri agar bisa dan mampu dalam membuat content marketing yaitu mindset, matching, moment, monopoly, dan multi screen serta peserta harus memahami dan perlu memiliki pengetahuan saat ingin memulai pemasaran secara digital yaitu informasi tentang bagaimana menggunakan google my businnes, akun sosial media bisnis, content marketing, dan calender of content. Antusias peserta mengikuti kegiatan ini sangat tinggi terlihat dari peserta di ajarkan langsung cara membuat kategori content yang menarik dan membuat copywriting yang bagus. Peserta setelah di berikan bekal langsung mempraktekkan dengan mencoba mencari ide content viral yang kemudian di adaptasi untuk bisa di rubah, di adaptasi, menjadi content menarik dan harus mengetahui point penting dari content yang telah di buat.

Gambar 4
Peserta saat melakukan pelatihan channel, content, dan audience



Selanjutnya tim Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Jambi juga mendatangkan narasumber pada tanggal 21 Agustus 2022 di kampus Universitas Jambi untuk menjelaskan kepada peserta lanjutan digital marketing oleh narasumber Yogha Octanio selaku digital marketing PT. Telkom Indonesia bidang periklanan. Adapun beberapa pokok materi yang disampaikan oleh narasumber kepada peserta sebagai berikut:

1. Sosial media adalah cara yang tepat untuk mempromosikan usaha/produk ke hampir seluruh masyarakat indonesia.
2. Meningkatkan brand awareness, yang harus dipersiapkan yaitu membuat profesional account, memahami best time to post, memanfaatkan ig stories, dan mengetahui algoritma IG.

Dengan cara ini, masyarakat/pengelola bisa melakukan iklan dan kuncinya adalah sebuah content, cara kedua yaitu influencer seperti mengajak artis-artis yang banyak followers bekerja sama dengan sistem bagi hasil sehingga brand lebih cepat populer dan terpercaya.

Gambar 5
Profil IG



Tim Pengabdian Kepada Masyarakat bersama narasumber berikutnya di tanggal 02 September 2022 memberikan pelatihan serta pendampingan terkait teknik dasar foto dan dapat melakukan foto product sendiri dengan hasil yang bagus. Pokok materi yang disampaikan oleh narasumber Ridho Maulana dari PT. Telkom Indonesia antara lain bagaimana upaya untuk membangun kepercayaan pada foto product sebagai titik acuan pembeda dengan produk lain. Dalam foto product harus memperhatikan lighting dan komposisi sudut pengambilan gambar (Ningsih & Prastya, 2022). Salah satu tips yang diberikan kepada peserta yaitu peserta di minta untuk mencari inspirasi melalui sosial media, coba berbagai teknik, dan amati tiru modifikasi produk makanan ataupun produk kerajinan tangan (Musrofi, 2015).

Gambar 6
Narasumber dan Peserta Pelatihan Foto Product



Tidak hanya memberikan pendampingan terkait teknik dasar foto produk tetapi dalam kegiatan dan di tanggal yang sama tim pengabdian kepada masyarakat mengundang narasumber dari PT. Cakap Kreatif terkait pendampingan desain grafis yang di sampaikan oleh saudara M. Bembi Riduan. Adapun pokok materi pendampingan yang di berikan kepada peserta antara lain:

Pengembangan Usaha Home Industry Melalui Pendampingan “Marketplace Platform”
Desa Maro Sebo Kabupaten Muaro Jambi

1. Point penting yang harus diperhatikan dalam mendesain yaitu pesan tersampaikan, standar desain, desain menarik konsumen
2. 4 design key yaitu Readability, Visibility, Legibility, Komposisi/Layout
3. Dasar desain: grid (margin/garis tepi), komposisi (headline, body text, center of interest), warna dan kontras

Setelah peserta mengetahui teknik dasar foto produk dan desain grafis selanjutnya tim bersama narasumber selanjutnya melakukan pelatihan dan pendampingan dengan mengambil topik “Meta Bisnis Suite (FB/IG)” yang di sampaikan oleh M. Fitra dari PT. Telkom. Peserta diajarkan bagaimana cara dasar dalam melakukan periklanan di fb ads dan ig ads.

Gambar 7
Narasumber dan Peserta Pelatihan Desain Grafis



Pokok materi yang disampaikan oleh narasumber sebagai berikut:

1. Kenapa harus beriklan di sosmed?
2. Bagaimana strategi mempromosikan produk di sosmed?

Dari dua pertanyaan tersebut, peserta bisa memahami maksud pertanyaan yang diberikan narasumber dengan kata lain jika ingin memperkenalkan produk kita harus

mampu menceritakan kelebihan produk dan siapa saja yang akan mengkonsumsi produk kita karena beriklan di sosmed bisa diukur dari usia, gender, wilayah dan target pasarnya lebih besar, dan dengan menggunakan meta bisnis suite bisa meningkatkan brand awarness, keefektifan target customer, minimal budget.

Tahap 4: Monitoring dan Evaluasi

Sebagaimana target capaian yang akan dihasilkan dari aktivitas pengabdian kepada masyarakat ini adalah ingin meningkatkan pengetahuan, perubahan mindset dan perilaku serta tumbuhnya motivasi mitra dalam mengelola usaha mulai dari membuat produk, memperkenalkan hingga melakukan aktivitas pemasaran terutama dalam hal mencari akses informasi untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga serta mampu menjaga keberlangsungan usaha/bisnis yang biasanya mudah untuk dimulai, akan tetapi bila tidak dikelola dengan baik dan sungguh-sungguh maka usaha/bisnis tidak akan berkembang dengan baik. Adapun hasil yang dicapai oleh Tim pengabdian kepada masyarakat adalah memberi pelatihan dan pendampingan terkait permasalahan yang dihadapi mitra.

Dari beberapa kali kegiatan pelatihan dan pendampingan oleh beberapa narasumber kepada para mitra masih ada beberapa permasalahan secara umum dari kelompok remaja dalam hal ini sebagai mitra diantaranya masih belum menguasai istilah yang digunakan dalam mindset entrepreneur, content marketing, copywriting, brand awareness, meta bisnis suite, dan desain grafis produk yang akan di jual.

Dalam upaya mencari solusi yang tepat atas masalah yang dihadapi mitra, sebelum kegiatan PPM berakhir, maka tim mengadakan sharing informasi dengan mitra atas kendala ataupun keluhan apa yang dihadapi sehingga menemukan solusi terbaik. Tim PPM juga mencoba untuk membuat kelompok untuk membuat satu foto produk agar memicu para peserta mengembangkan ide dan kreatifitas dalam membuat foto produk, sehingga diharapkan hasil akhir dari kelompok menghasilkan foto produk yang siap dipasarkan.

Dengan adanya sharing informasi dengan mitra dari aspek kendala, keluhan dari permasalahan yang dihadapi mitra bisa ditemukan solusi karena di Desa Maro Sebo ini sangat berpotensi hasil produk masyarakat bisa dan mampu untuk dipasarkan keluar wilayah desa, sebab hasil produk olahan dari mitra tidak kalah saing dengan produk-produk sejenis.

Gambar 8

Personil Tim PPM UNJA bersama Kelompok Remaja Desa Maro Sebo



Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan di lokasi keberadaan mitra yaitu Desa Maro Sebo Kecamatan Jambi Luar Kota Kabupaten Muaro Jambi Provinsi Jambi. Beberapa hal yang dapat disimpulkan dari hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat: Pengurus mulai dari kepala desa, pengurus PKK, Kelompok Wanita Tani (KWT), kelompok usaha dan kelompok remaja Desa Maro Sebo yang telah hadir di kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan semangat antusias yang sangat tinggi dalam mengikuti kegiatan ini. Setiap peserta dan tim PPM melaksanakan sharing informasi dengan mengemukakan masalah yang mitra hadapi terkait usaha yang pernah mereka lakukan dan juga bagi yang belum memiliki usaha serta menanyakan solusinya. Hal ini terjadi setelah dilakukan materi penggalan potensi yang terdapat pada setiap peserta.

Setelah mendapatkan informasi dari kelompok mitra, tim dan beberapa narasumber menyampaikan materi bagaimana mengubah pola pikir (mindset) bahwa mitra sebenarnya mampu dan memiliki mental serta kreativitas untuk melanjutkan pemasaran produk olahan yang dihasilkan. Selanjutnya tim juga menyampaikan materi cara memulai bisnis dengan bantuan media sosial/digital, meta bisnis suite, desain grafis, brand awareness untuk mengembangkan usaha yang telah mitra jalani menjadi produk yang lebih layak jual dan memiliki nilai ekonomis yang lebih tinggi, atau memberi pengetahuan peluang usaha dari potensi yang dimiliki.

BIBLIOGRAFI

- Afiffah, S. R., Fortuna, O. D., Kusumah, T. M., & Fauzi, A. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing Model AIDA dalam Pemberdayaan Masyarakat Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Cakrawala, Rawalumbu, Kota Bekasi. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(2), 623–630.
- Amin, S., Widiastuti, F., & Fitriaty, F. (2019). What the Meaning of Success in Female Entrepreneurs' Perceptions? An Interview-Based Study. *International Journal of Human Resource Studies*, 9, 133–147.
- ARMENIA, G., Kusnadi, D., & Mustiah, M. (2022). *Koordinasi Pemuktahiran Data Kepesertaan Program Keluarga Harapan di Kecamatan Jambi Luar Kota Kabupaten Muaro Jambi*. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Dewi, S. K. S. (2017). *Konsep dan pengembangan kewirausahaan di Indonesia*. Deepublish.
- Endriastuti, A., & Permatasari, M. P. (2018). Pelatihan Pemasaran, Pemberdayaan Toko Online, Dan Pengenalan M-Commerce Pada Produk Unggulan Jagung Tortiladi Kecamatan Trucuk Kabupaten Bojonegoro. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 56–66.
- Fauzi, R., Efendi, R., & Mustakim, M. (2020). Program Pengelolaan Penyakit Hipertensi Berbasis Masyarakat dengan Pendekatan Keluarga di Kelurahan Pondok Jaya, Tangerang Selatan. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 69–74. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v4i2.1931>
- Fitriaty, F., Lubis, T. A., Adriani, Z., Elliyana, D., & Widiastuti, F. (2021). Pendampingan dan Pelatihan Strategi Pengelolaan Bisnis di Kawasan Wisata Muaro Jambi Di Desa Muara Jambi Kecamatan Maro Sebo Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(2), 205–209.
- Hidayah, A. N., & Agustinah, R. (2019). Balkondes Candirejo Magelang sebagai Bentuk Pengembangan Desa Wisata yang Berkelanjutan. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 3(1), 70–81.
- Intan, F. (2020). Geologi Situs Menapo Ujung Tanjung II, Kabupaten Muaro Jambi, Provinsi Jambi. *Tumotowa*, 3(1), 27–38.
- Musrofi, M. (2015). *Cara Gampang Menemukan Bisnis Hebat*. Elex Media Komputindo.
- Nashir, A. K., Situmeang, N., & Astuti, W. R. D. (2020). Implementasi Kebijakan Pemerintah Daerah Dalam Penerapan Masyarakat Ekonomi Asean Terhadap Sektor Usaha Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Bogor. *Mandala: Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, 3(1), 79–99.
- Ningsih, I. N. D. K., & Prastya, N. M. (2022). Pelatihan Pengelolaan Media Sosial dan Foto Produk Bagi Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kabupaten Bantul.

Jurnal Abdimas Madani Dan Lestari (JAMALI), 31–44.

- Puspitasari, P. W., Rizky, M. Y., & BEKTI, R. A. (2020). *Analisis tingkat kebugaran jasmani dan status gizi pada atlet puslatkot kediri cabang olahraga terukur unggulan menuju porprov vii tahun 2021 dalam masa pandemi covid-19*. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Rafiqi, R., Hernando, R., Hendriyaldi, H., Widiastuti, F., & Hastuti, D. (2022). Pendampingan Digital Marketing Berbasis Syariah Produk Anyaman Bahan Baku Tanaman Resam Desa Maro Sebo, Jambi. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(10), 3816–3821.
- Resnawaty, R., Krisnani, H., & Aulia, R. M. (2020). Pengembangan Kapasitas Usaha Kecil/Menengah Kerajinan Kayu Cipacing Melalui Penyusunan Database dan Katalog. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 163–173.
- Rosyada, M., & Wigiawati, A. (2020). Strategi Survival UMKM Batik Tulis Pekalongan di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada “Batik Pesisir” Pekalongan). *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(2).
- Setiawan, M. F. A. (2022). Strategi Komunikasi Dinas Perdagangan Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Aceh Barat. *JIMSI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(1).
- Syahdan, S. (2019). Peran industri rumah tangga (Home Industry) pada usaha kerupuk terigu terhadap pendapatan keluarga di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur. *MANAZHIM*, 1(1), 45–63.

Copyright holder:

Fitri Widiastuti, M. Ridwansyah, Heriberta, Masbirorotni, Emilia (2023)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

