

## Inovasi Desain Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Batik

Erwin Dyah Astawinetu<sup>1</sup>, Yulyar Kartika Wijayanti<sup>2</sup>, Cholis Hidayati<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

<sup>1</sup>[erwin@untag-sby.ac.id](mailto:erwin@untag-sby.ac.id), <sup>2</sup>[yuliar@untag-sby.ac.id](mailto:yuliar@untag-sby.ac.id), <sup>3</sup>[cholishidayati@untag-sby.ac.id](mailto:cholishidayati@untag-sby.ac.id)

### Abstrak

Mitra program ini adalah UMKM Batik yang memiliki beberapa masalah ketika kami berkoordinasi sehingga kami menawarkan kepada mereka untuk mengatasi masalah yang mereka hadapi. Tujuan dari program yaitu pendampingan manajemen usaha yang diterapkan dalam bisnis. Beberapa solusi akan dilakukan dalam program untuk kelompok Batik dalam manajemen usaha, pemasaran dan kualitas. Untuk meningkatkan kemampuan mengelola usaha batik diadakan Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Usaha. Untuk meningkatkan pemasaran kami akan memberikan pelatihan dan pendampingan inovasi desain dan strategi pemasaran bagi anggota kelompok batik agar memiliki kemampuan dalam memasarkan produknya dengan harapan akan meningkatkan penjualan batik mereka. Kegiatan ini dilakukan dan peningkatan dalam mengelola dan memasarkan produk bagi pengunjung yang berwisata di Desa. Dengan adanya berbagai desain batik baru serta bahan kain yang baik meningkatkan produktivitas mereka sekitar 50% dibandingkan sebelum program. Peningkatan penjualan mempengaruhi produk lokal lain seperti susu, kopi dan makanan desa. Pelatihan manajemen kualitas, desain dan inovasi berhasil meningkatkan penjualan produk.

**Kata kunci:** inovasi; desain; pelatihan; manajemen kualitas; pemasaran

### Abstract

*Our partners are Batik SMEs who have some problems when we coordinate so we offer them to help solve their problems. The aim of this program in business management assistance that is applied to their business. Solutions will be carried out in the program for the groups in management, marketing, and quality. Improving the Business, management Training is held. We will provide training and assistance on design innovations for batik group members so that they can sell and increase sales. The result was an extraordinary increase in managing and marketing products for visitors who traveled in the village. The existence of various new batik designs and good fabrics has increased their productivity by about 50% compared to before the program. This increase in sales affects other local products such as milk, coffee, and village food. Providing management training, designs and innovations that will increase the sales.*

**Keywords:** innovation; design; training; quality management; marketing

Submitted: 10-Oktober-2021

Revision: 24-Oktober-2021

Accepted: 13-November-2021

## LATAR BELAKANG

Obyek wisata pedesaan merupakan wisata yang berbasis masyarakat dan menampilkan potensi wisata alam serta produk UMKM. Di tempat ini wisatawan dapat berkunjung dan menikmati sejumlah olahan masakan (kuliner) khas pedesaan, mulai dari nasi jagung, nasi gaplek, sayur lodeh lompong (pohon talas), sambal pete, sayur bamboo muda, kolak duren, dan masih banyak lagi olahan makanan yang bahan masakannya murni berasal perkebunan warga menurut Fiani,M,S Edwin,J(2015). Batik adalah salah satu andalan untuk pemasukan bagi desa dan pengrajin kelompok batik selain snack yang dapat sebagai oleh oleh bagi wisatawan. Di dalam program ini akan dimasukkan sebagai pelengkap program desa wisata yang paket lengkap, baik program wisata desa biasa dan program wisata desa edukasi. Program tersebut meliputi program bagi wisatawan domestik maupun internasional. Pelengkap programdesa ini tentu saja akan banyak melibatkan sarana transportasi umumke desa wisata Segunung tapi juga melibatkan ojek masyarakat setempat untuk mengantarkan wisatawan ke mana lokasi di desa yang ingin dituju.seperti tempat lokasi camilan, lokasi batik, lokasi kafe kopi, lokasi perkebunan kopi, lokasi pemerahan sapi yang diambil susunya untuk dikemas dan dijual tersendiri dengan aneka rasa.serta susu yang melengkap kopi di kafe.

Selama pandemi ekonomi memang mengalami penurunan yang tajam di segala bidang sektor.ekonomi harus cepat bergerak kembali dengan cara itu pendapatan UKM akan ikut meningkat. Untuk memulihkan ekonomi seluruh bidang digerakkan, satu dengan yang lain harus bahu membahu yang utama adalah sektor pariwisata. Menurut pemerintah sektor pariwisata harus dikembangkan. Pradnya,P,H dan Saleh(2015)Sektor pariwisata ini akan menjadi andalan dalam mendorong pemulihan ekonomi. Kalau bisa satu destinasi wisata dengan yang lain di satu kota ada linknya sehingga akan jadi jujugan wisatawan untuk berkunjung ke lokasi lain selain desa wisata yang dituju.mereka dapat pula berkunjung ke lokasi lain yang berhubungan dengan desa wisata tersebut. Seperti tempat lokasi pembelian oleh oleh lainnya,juga tempat kuliner yang dapat disinggahi setelah kembali dari desa wisata tersebut.

Salah satu daerah yang lagi mengembangkan desa wisata adalah Kampung Adat Segunung yang terletak di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang. Kampung Adat Segunung ini dikembangkan sebagai destinasi wisata alam yang menjadi andalannya. Kampung

Adat Segunung ini memiliki panorama yang menarik sehingga dikelola dan dikembangkan secara mandiri oleh warga yang tinggal di perkampungan tersebut dengan berpedoman pada kearifan lokal.

Desa wisata di kembangkan sebagai desa penyangga lokasi wisata yang ada di sekitarnya, lokasi wisata yang ada adalah wisata Grojogan Selo Gonggo, wisata air Banyumili, serta Kampung Tirta dan wisata alam Bukit Pinus. Jarak tempuh dari Kampung Adat Segunung menuju 4 lokasi wisata alam tersebut kurang dari 3 kilometer. Adapun untuk sampai di Kampung Adat Segunung, akses jalan yang tersedia cukup memadai. Mobil atau sepeda motor bisa masuk hingga ke perkampungan. Kampung Adat Segunung berada di wilayah pegunungan Anjasmoro Wonosalam berjarak 30-kilometer dari alun-alun Jombang. Untuk sampai di lokasi, bisa mulai rute dari Terminal Mojoagung ke arah Wonosalam.



**Gambar 1. Suasana di Desa Segunung**

Untuk mengembangkan desa wisata agar sukses diperlukan dukungan dari berbagai pihak seperti Pemerintah Daerah dalam mempromosikan destinasi wisata, masyarakat setempat dengan bahu membahu, Gulami, S dan Birjandi M(2016) Usaha Mikro Kecil untuk melengkapi kebutuhan kuliner, souvenir, homestay dll, serta dukungan dari institusi pendidikan seperti universitas. Untuk itu kami dari Universitas 17 Agustus bermaksud untuk

melakukan program pengabdian masyarakat dalam Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dengan memberikan pendampingan dan pelatihan dalam meningkatkan usaha masyarakat yang ada di Kampung Adat Segunung sehingga dapat meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan terhadap pengunjung atau pelanggan. Segala masalah yang timbul akan ada dan bermacam macam tentunya.hal ini akan dicoba beberapa solusi yang akan diterapkan di desa wisata tersebut.

Permasalahan yang terjadi dalam hal ini adalah manajemen usaha, kualitas produk serta desain dan pemasaran produk. Menurut As'ari A, H (2015) Alternatif solusinya adalah:

1. Untuk meningkatkan kemampuan mengelola usaha Batik akan diadakan Pelatihan dan Pendampingan Pengelolaan Usaha.
2. Untuk meningkatkan pemasaran, pengusul memberikan pelatihan dan pendampingan tentang strategi pemasaran terhadap anggota Kelompok batik sebagai mitra sehingga mereka memiliki kemampuan dalam memasarkan produknya baik pemasaran secara konvensional maupun online. Loyalitas konsumen pada suatu produk ditentukan oleh sumber daya manusianya. According to lucas HJ (2020) human elements is extremely important because its role in achieving the goal and to gain loyal consumers will lead to greater competitive advantage.
3. Untuk mengatasi masalah kualitas produk akan diadakan pelatihan tentang Peningkatan kualitas dan desain inovasi.

Kualitas produk adalah satu dari sekian banyaknya faktor penting dalam menjalankan sebuah bisnis atau usaha. Kualitas produk sangat menentukan tingkat kepuasan konsumen dan juga masa depan sebuah usaha. Kualitas produk yang baik akan mampu memberikan kepuasan konsumen. Semakin loyalitas konsumen meningkat, sebuah usaha akan meningkat dengan sendirinya. Ada beberapa hal yang harus dilakukan guna meningkatkan sebuah kualitas produk agar pengusaha tidak kehilangan pelanggan dan meningkat penjualannya.

Kualitas produk adalah suatu ciri khas tertentu dari produk yang mampu memenuhi ekspektasi konsumen menurut Erna F,S,Pantja D(2015) Karena konsumen yang paling utama untuk diperhatikan dalam program ini dan merupakan sumber kesuksesan dan keberhasilan program kegiatan yang akan dilaksanakan. Dalam hal kualitas produk ada pendapat yang benar benar mendukung program.

Menurut Prawirosentono (2016) Ada tujuh dimensi kualitas sebuah produk, antara lain adalah 1) Kinerja, tingkat penilaian fokus pada karakteristik dasar dari produk tersebut, antara lain dimensi kinerja produk makanan adalah rasa dari makanan itu sendiri; 2) Keandalan, konsistensi dari suatu produk dalam proses produksinya sangat mempengaruhi minat konsumen; 3) Keistimewaan, point ini yang membedakan dengan produk lain, artinya, karakteristik sekunder merupakan atribut produk yang membedakan dengan pesaingnya; 4) Kesesuaian, ciri khas pada desain produk akan menghasilkan standar sesuai dengan norma dalam masyarakat tersebut; 5) Daya Tahan, daya tahan pada produk makanan dan minuman merupakan karakteristik yang melekat yang tidak dapat diabaikan; 6) Kemampuan melayani, hal ini terkait dengan keluhan dan kompensasi yang terjadi pada pelanggan yang harus senantiasa disiapkan; 7) Estetika, produk yang mampu menarik perhatian pelanggan tidak dapat dilepaskan dari unsur ini, karena berhubungan dengan panca indera yang mampu menggambarkan nilai keindahan yang erat kaitannya dengan rasa, desain, aroma, dan lainnya.

Menurut Mujanah (2016) pemberian pelatihan tentang proses produksi agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produksi serta dapat menentukan harga jual yang bersaing. Target kegiatan yang harus terlaksana dalam pendampingan terhadap mitra guna meningkatkan kuantitas dan kualitas produk batik adalah dengan pendampingan pembelian alat produksi yang dibutuhkan, pendampingan dalam peningkatan kualitas dengan desain dan inovasi hingga monitoring dan evaluasi hasil pendampingan. Target akhir adalah hasil pendampingan dalam manajemen serta pemasaran menunjukkan peningkatan omzet penjualan dari batik yang lebih berkualitas dengan desain dan inovasi batik yang baru. Yulyar K.W dan Siti Mujanah (2016) untuk meningkatkan kualitas suatu produk hal yang utama adalah dengan membuat inovasi produk yang terbukti dapat meningkatkan penjualan produknya.

## **METODE PELAKSANAAN**

Batik adalah salah satu andalan untuk pemasukan bagi desa dan pengrajin kelompok batik selain snack yang dapat sebagai oleh oleh bagi wisatawan. Di dalam program ini akan dimasukkan sebagai pelengkap program desa wisata yang paket lengkap, baik program wisata desa biasa dan program wisata desa edukasi. Program tersebut meliputi program bagi wisatawan domestik maupun internasional. Rambje M,F (2015) menyatakan bahwa

programdesa ini tentu saja akan banyak melibatkan sarana transportasi umum ke desa wisata Segunung tapi juga melibatkan ojek masyarakat setempat untuk mengantarkan wisatawan ke mana lokasi di desa yang ingin dituju.seperti tempat lokasi camilan, lokasi batik, lokasi kafe kopi, lokasi perkebunan kopi, lokasi pemerahan sapi yang diambil susunya untuk dikemas dan dijual tersendiri dengan aneka rasa.serta susu yang melengkapi kopi di kafe.

Dalam menghadapi permasalahan yang terjadi dalam ruang lingkup UKM batik Segunung maka program yang telah dirancang sebelumnya akan dilaksanakan sebaik mungkin dengan segala solusi permasalahan yang akan dijalankan di desa termasuk dengan mendatangkan nara sumber untuk inovasi batik Segunung. Diharapkan dengan cara ini program akan lebih terlaksana dengan baik. Yulyar K, W, Siti Mujanah (2016)

Pendekatan yang ditawarkan untuk meningkatkan pengembangan UMKM batik di Desa wisata adalah dengan memberikan pendampingan dan pelatihan di bidang pengelolaan usaha, pendampingan strategi memasarkan produk dengan tepat, serta memberikan pelatihan dalam inovasi dan desain untuk meningkatkan penjualan produk.

**Tabel 1. Pelaksanaan Kegiatan**

No Kegiatan yang dilakukan	Hasil yang dicapai
1 Koordinasi antara anggota Tim pelaksana dengan pihak mitra kelompok batik Pembelian alat alat batik lengkap canting,malam, pewarna, bahan pewarna lainnya, bahan kain utk batik, wajan, kuas dan sebagainya	Kesepakatan rencana kegiatan dan bentuk partisipasi mitra untuk pelaksanaan pengabdian masyarakat kepada kelompok batik. Penyerahan alat alat batik ke desa dalam kunjungan yang kedua ke desa untuk mitra kelompok batik. .
2 Membantu mendesain bermacam pola batik baru.	Desain pola Batik terlaksana dengan pelatihan yang dibantu nara sumber yang memberikan pola desain baru serta arahan manajemen usaha batik
3 Pelatihan manajemen kualitas	Mitra memahami dan menerapkan dalam produksi batik untuk bahan baku yang dipergunakan untuk batik.
4 Penyerahan desain inovasi gambar batik dan polanya untuk batik	Melalui pelatihan dari nara sumber.dan pemberian desain batik yang baru..
5 Monitoring evaluasi dari pendampingan berkelanjutan	Pengawasan kualitas dengan terus mendampingi melalui grup whatsapp agar dapat membantu pengawasan kualitas produk serta penjualan batik ke banyak

---

pelanggan di tempat lokasi mitra pendamping menurut Nur,A,A, Dedik W MA,A (2020) dan terutama ke kalangan akademisi di universitas..

---

Irawan,B.R (2015)Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program ini adalah berperan aktif dalam setiap pelatihan yang diprogramkan dan sanggup mengimplementasikan hasil pelatihan tersebut untuk meningkatkan omzet penjualan produk mereka.

Mitra yang didampingi adalah kelompok UMKM Batik Segunung Kampung Adat desa Segunung, Carang Wulung,Wonosalam Jombang. Ada 2 kelompok pembatik dengan 10 orang yang aktif di dalamnya. Dari pelatihan awal yang berjumlah 60 orang yang telah dilaksanakan di desa ini dari dinas perdagangan atau Disperindag. Dengan observasi dan wawancara pada waktu kunjungan pertama koordinasi dengan mitra batik Segunung.

Pada awal koordinasi kelompok UMKM batik ini membatik dengan peralatan yang didapat dari dinas secukupnya buat 2 kelompok pembatik. Hasil batikannya masih kasar dan minim desain yang monoton dengan pola batik bunga kopi, pohon talas dan daun talas pada hamper semua batikan pembatiknya. Setelah di beri pelatihan dari nara sumber yang datang ke lokasi serta memberikan peralatan membatik yang lebih lengkap untuk 2 kelompok tersebut perlahan tapi pasti kualitas batik meningkat dengan variasi batik yang lebih banyak. Dilengkapi dengan pendampingan jarak jauh dengan wa dan telpon karena adanya PPKM covid 19 dari nara sumber yang ikut membantu , maka lebih banyak lagi produk batik yang terjual dan bahkan dapat melayani pesanan luar kota yang dikirim dengan pengiriman dengan pos.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sesuai dengan solusi yang akan diberikan pada mitra dalam proposal hal-hal berikut dalam tabel adalah hasil yang telah dicapai serta kendala serta solusi yang ditawarkan kepada mitra. Menurut Afifah, Agustina (2016) Kendala yang dihadapi oleh pembatik dapat diatasi dengan membuat produk terus karena mereka sudah dapat pelanggan baru yang datang dari luar daerah berkat bantuan dari dinas setempat serta dari pendamping yang telah membantu membeli dan memasarkan produk mereka di Surabaya. Selain adanya wisatawan dadakan yang datang untuk membeli produk dadakan juga sehingga mereka harus selalu sedia batik yang telah jadi untuk dijual ke wisatawan.

Menurut Pranaka dan Moelyarto V (2016) Kegiatan pelaksanaan program kemitraan masyarakat ini masih terdapat tahapan selanjutnya yang harus dilaksanakan antara lain :

1. Melanjutkan rencana yang berkelanjutan untuk terus mendampingi mitra dalam hal penjualan produk batik yang lebih berinovasi dengan macam-macam desain yang baru .
2. Membantu penjualan di kalangan akademisi mitra dan Surabaya serta luar daerah untuk meningkatkan omzet penjualan batik.
3. Kendala tambahan yang terjadi juga di seluruh dunia adalah hambatan adanya pandemi Covid 19 yang juga berpengaruh pada usaha UMKM kelompok batik.



Gambar 2. Hasil produksi UMKM batik



Gambar 3. Penandatanganan penyerahan alat



Gambar 4. Penyerahan alat batik



Gambar 5. Pelatihan inovasi dan desain pola batik

## SIMPULAN DAN SARAN

Segala macam permasalahan di UMKM kelompok batik dalam kegiatan PKM ini telah berusaha diatasi dengan pendampingan dan pemberian pelatihan usaha dan manajemen kualitas bagi UMKM batik untuk manajemen usaha yang tepat. Salah satu hal yang sangat penting dalam usaha di tempat wisata adalah kualitas produk desa wisata tersebut, karena dengan kualitas serta pelayanan yang prima maka wisatawan akan bisa merasakan hangatnya keramahan masyarakat setempat apalagi merasakan produk atau jasa yang ditawarkan sebagai oleh-oleh merupakan suatu hal yang sangat diharapkan oleh pengunjung, untuk itu kualitas produk serta pelayanan prima perlu diberikan juga oleh UMKM kelompok Batik dengan banyak inovasi desain serta pola yang makin bervariasi untuk menunjang penjualan produk

batik mereka. Variabel inovasi produk menurut Adinda F,D, I Putu GS, Ni Myoman KY(2017) terbukti mampu memediasi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran IMK sektor industri. Jadi penambahan varian produk penting untuk dilakukan.

Penelitian serta pengabdian lebih lanjut akan diperlukan sejalan dengan berkembangnya batik desa yang khas dengan variasi pola yang lebih banyak. Paket wisata dapat ditambah dengan paket eduwisata bagi pengunjung dengan belajar membatik bersama untuk souvenir yang dapat dibawa pulang bersama kenangan wisata, dengan itu pula penjualan juga akan terbantu dengan lebih mengenalkan produk dari pemasaran mulut ke mulut yang paling efektif dari pengunjung yang datang untuk berkunjung dari luar kota.

Saran yang kami berikan perlu tindakan lanjut untuk mengadakan pengabdian lanjutan di desa tersebut dengan lebih fokus dengan produk andalan desa wisata tersebut. Selain segala prasarana yang telah ada yang telah membuat segala program desa wisata berlangsung dengan baik serta berkelanjutan maka sarana pelengkap lainnya adalah sarana transportasi yang juga perlu dibenahi dan dilengkapi menurut Irawan B.R(2015). Sarana transportasi ke desa wisata serta jalan yang masih perlu diperbaiki menuju ke desa wisata Segunung.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih kepada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Surabaya yang sudah memberikan kontribusi selama pengabdian masyarakat di desa Segunung Carang Wulung Jombang Indonesia. Ucapan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.

Ucapan terima kasih kepada teman teman UKM yang telah membantu dalam diskusi tentang inovasi dan saran saran yang berguna bagi program didesa Segunung dalam kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.

Ucapan terima kasih untuk masyarakat desa Segunung yang telah mau berpartisipasi dalam pengabdian ini dengan optimis dan semangat tinggi mengikuti pelatihan dan arahan dari tim untuk kemajuan UMKM batik Segunung desa mereka serta menerapkannya dalam usaha UMKM batik mereka. Terutama salut dengan kelompok batik yang terus semangat maju dengan peralatan yang telah diperbantukan untuk mereka dalam program ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2017). *Jumlah Usaha atau Perusahaan Menurut Kriteria Usaha dan Skala Usaha di Prov Bali thn 2016*. <http://bps.go.id/Listing/files/brs/brs.5100.pdf>.
- As'ari, A H. (2015). *Peran UKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. <http://ariejayuz.blogspot.com>
- Adinda F.D., I Putu G.S., Ni Nyoman K.Y. (2017). Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran IMK Sector Industri. *eJurnal Manajemen. Unud vol 6 No.9, 2017: 4978-5004, ISSN: 2302-8912*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unud Bali.
- Afifah dan Gustina. (2016). Investigasi Orientasi dan Pengembangan Model Penguatan Untuk Pengusaha Kecil dan Menengah: Sebuah Kajian Empirik. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan, 10(1)*
- Erna, F.S. & Pantja D. (2015). Upaya mencapai loyalitas konsumen dalam perspektif sumber daya manusia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan published by Faculty of Business and economics, Petra Christian University*. ISSN:1411-143,P.e.ISSN 2338-8234. DOI.HTTIPS:/DOI.ORG/10.9744/MK.6.1
- Fiani, M.S. & Edwin J. (2015). Analisa Pengaruh Food Quality & Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran. 1(1), 1-6*.
- Gholami, S. & Birjandi, M. (2016). The Effect of market orientation and Entrepreneurial orientation on the performance of SMEs. *Journal of Current Research in science. 361-369*.
- Irawan, B.R. (2015). Dampak inovasi produk Terhadap kinerja pemasaran. *Jurnal S Agora, 3(1): 127-137*.
- Lucas, H. J. (2020). *Information Technology For Management*. Irwin/McgrawHill.
- Mujanah, S. (2016). IbM Kelompok Usaha Kecil Krupuk di Kenjeran, Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat, ISSN: 2407-7100, 2(1)*
- Nur, A.A., Dedik, W., Machmud A.A. (2020). Kepuasan konsumen Astra Motor Honda Tanjung Selor terkait pelayanan Showroom. *Jurnal Plakat 2(2)109-117*. DOI <http://dx.doi.org/10.30872/plakat.v2i2>.
- Prawirosentono, S. (2016). *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Pradnya, P.H., Abdul, H., & Saleh, S. (2015). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi di Pemerintah Kota Batu). *Jurnal Wacana* 17(2).
- Pranaka & Moeljarto, V. (2016). *Pemberdayaan (Empowerment). Pemberdayaan, konsep, dan implementasi*. Jakarta: CSIS.
- Rambe, M.F. (2015). Analisis Kebutuhan Pasar Dan Prediksi Penjualan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 02(01).
- Ratnawati, S. (2015). Model Pemberdayaan Perempuan Miskin Perdesaan Melalui Pengembangan Kewirausahaan. *Jurnal Kewirausahaan*, 5(2).
- Yulyar, K.W, & Siti M. (2016). Ibm usaha kecil, Upaya Peningkatan Kualitas Kerajinan Kerang Kenjeran Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1)