

PENDAMPINGAN PEMBUATAN LAYANAN PENJUALAN MENGUNAKAN MEDIA ONLINE SEBAGAI BENTUK MEMPERLUAS JARINGAN PENJUALAN DEMI MENINGKATKAN TARAF PEREKONOMIAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 PADA MITRA KERJA MIE SEHAH JAGAKARSA

Azharuddin Luthfi^{1*}, Achmad Rifai², Khoirudin³

¹Manajemen Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. KH. Ahmad Dahlan, Cirende, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, 15419

²Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. KH. Ahmad Dahlan, Cirende, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, 15419

³Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. KH. Ahmad Dahlan, Cirende, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, 15419

*lilik.sumarni@umj.ac.id

ABSTRAK

Kondisi ekonomi di Indonesia semakin hari semakin melemah peningkatannya karena terdampak dengan covid-19. Tidak ada sebuah peningkatan yang signifikan dari awal terdampak pandemi, hingga saat ini. Sektor yang paling banyak terdampak adalah sektor ekonomi ini. Bisa dilihat pula dengan semakin banyaknya pengangguran dan meningkatnya kemiskinan di Indonesia saat ini. Mungkin, pergerakan KKN UMJ 2021 saat ini menjadi salah satu amal perjuangannya juga untuk sama-sama meningkatkan ekonomi di Indonesia. Seperti yang kita ketahui pula bersama, jika kita mau keluar dari sebuah masalah ekonomi, maka kita harus mulai dari akar permasalahannya terlebih dahulu, yaitu masyarakat menengah kebawah yang tidak punya pekerjaan. Dengan adanya KKN UMJ 2021 ini, kami lebih bergerak pada pendampingan usaha pembuatan sistem penjualan secara online. Sebagai langkah awal untuk perubahan dan penyesuaian pada kondisi saat ini. Dimana karena pembatasan pembeli jarang untuk keluar dalam membeli barang, lebih banyak menggunakan sistem online untuk transaksi. Oleh karena itu disini kami ingin meningkatkan hal pemanfaatan online tersebut, sebagai salah satu inovasi penyesuaian dengan pandemi dalam meningkatkan penjualan dalam masa pandemi. Dengan membangun sebuah peradaban perekonomian dari tingkat bawah, dirasa dapat meningkatkan taraf ekonomi di Indonesia. Karena bisa berkurangnya pengangguran, dan banyaknya tercipta lapangan kerja baru dari pergerakan ekonomi bawah. Hal kecil yang dirasa dapat sedikit membantu beban pemerintah dalam menyalurkan kehidupan ekonomi di tengah pandemi.

Kata kunci: Inovasi Penjualan Secara Online

ABSTRACT

Indonesia's economic conditions are increasingly weak, increasing its increase as it is affected with covid-19. There hasn't been a significant increase in the initial pandemic impact, until recently. The most affected sector is this economic sector. It is also seen as more unemployment and more poverty in Indonesia today. As we all know, if we want to get out of the way of an economic problem, then we have to start at the root of the problem first, the unemployed middle-class. With this 2021 bill, we're more interested in financing the online sales system. As the first step for change and alignment of current conditions. Where, due to buyer restrictions rarely to go out in the purchase of goods, more use online systems for transactions. Hence here we would like to enhance the online utilization, as one of the recent innovations in adjustments to the pandemic in order to increase its sales within the pandemic. By building an economic civilization from the lower levels, it was felt that it could scale up the economy in Indonesia. Because it could be reduced infusion, and much of it created new jobs from the lower economic movements. A little something that feels like it could help the government a little bit to bring economic life into place in the middle of the pandemic.

Keywords: Innovation for Online Marketing

1. PENDAHULUAN

Mie Sehad Jagakarsa berdiri atas kebutuhan pemilik akan pemenuhan kebutuhan di masa pandemi covid 19. Mie sehad dibuat dengan latar belakang tersebut dengan pemanfaatan rumah sebagai lokasi penjualan. Industri perumahan yang mungkin masih belum terjamak dengan banyak orang. Yang hanya diketahui oleh orang sekitar rumah saja.

Tujuan berdirinya mie sehad ini bukan semata-mata hanya memenuhi kebutuhan ekonomi pemilik saja, akan tetapi juga pemenuhan akan hasrat berwirausaha yang tinggi dari pemilik usaha. Dimana sebelumnya pemilik sudah membuka banyak usaha yang berbeda namun tidak berlanjut dengan cukup lama, entah apa yang menjadi sebuah permasalahan inti. Tapi menurutnya, mungkin kurangnya pembelian masyarakat terhadap produknya.

Usaha rumah memang identik yang tahu keberadaannya hanya sekitar rumahnya saja. Oleh karena itu, dengan dibantunya perkembangan ekonomi akan jauh lebih mudah pemasarannya dan akan diketahui oleh banyak orang terkait produk yang diperjual belikan. Sudah banyak ketersediaan tempat untuk menjual secara online, akan tetapi mau atau tidaknya kita memberikan suatu inovasi untuk memberikan keterkaitan pada produk yang kita tawarkan dalam pemasaran dan iklan. Oleh karena itu kreativitas seseorang diuji untuk melaksanakan itu semua.

Didirikan oleh seorang mahasiswi bernama Nurvia Istiyani, bertempat di Jagakarsa Jakarta selatan dengan memanfaatkan rumah sebagai sarana penjualannya. Menyalurkan hobi dan kebutuhan sehingga menghasilkan ide untuk mendirikan usaha sendiri dengan nama Mie Sehad. "Sehad" dalam bahasa sunda artinya Pedas, jadi dapat disimpulkan mie sehad artinya Mie Pedas. Kesukaannya terhadap makanan pedas membuatnya memiliki ide untuk membuat usaha mie pedas ini. Akan tetapi, bukan hanya mie pedas saja yang dijual didalamnya, akan tetapi mie biasa tanpa tingkat kepedasan yang tinggi juga ada dijual didalamnya untuk orang-orang yang tidak suka dengan pedas.

Selain itu, seiring berjalannya waktu usaha tersebut digabungkan dengan usaha

ibunya yang kebutuhan juga sama dalam bidang kuliner yaitu Nasi Uduk. berbagai macam nasi uduk kekinian dengan topping yang berlimpah dijual didalamnya. Mie sehad sebagai awal nama sebagai highlight utama dengan menu lain didalamnya yang bermacam-macam seperti Nasi Uduk, Minuman ringan, dll yang dapat kita lihat bersama di Instagram @mie_sehad dan GoFood dengan nama Mie sehad & Nasi Uduk Serundeng ibu jagakarsa.

Permasalahan paling utama dalam penjualan mie sehad adalah sebuah promosi. Tidak ada yang tahu mie sehad ada atau tidak tanpa adanya sebuah informasi yang beredar, hanya sekedar tahu daerah rumahnya saja dan diluar itu tidak tahu. Sekiranya mendapatkan respon positif dari warga sekitar tentang adanya usaha baru, namun dirasa sulit untuk berkembang jika tidak ada pembeli lain yang masuk selain pembeli daerah sekitar rumah. Kurangnya sebuah pemanfaatan media masa dalam melakukan pemasaran secara online, dengan dalih belum mempunyai followers yang banyak untuk memulai itu semua. Dan dengan dalih sulit untuk memenuhi segala persyaratan pihak ketiga ketika membuka sebuah lapak baru dalam media online.

Dimasa pandemi, semua orang membuka media online. mulai dari Twitter, Instagram, Facebook, Gojek, dll. Hal seperti itu yang seharusnya menjadi perhatian utama untuk mengambil langkah dan peran untuk ikut serta dalam hiruk pikuk dunia maya. Media online menjadi salah satu langkah awal baru untuk mengenalkan produk dengan masyarakat lain, dengan biaya pemasaran yang murah bahkan gratis bisa meningkatkan sektor penjualan hingga 50% daripada hari biasa.

Memang tidak praktis dan butuh waktu. akan tetapi kalau tidak dicoba sekarang maka tidak akan ada tindak lanjut selanjutnya. dengan adanya sebuah pergerakan kita dapat melihat tentang sukses dan berhasil atau tidak salah satu langkah menginjakkan kaki pemasaran ke dunia maya. Dunia Maya sering dipermasalahkan oleh Pedang, kadang dapat menolong, kadang dapat menjatuhkan. tinggal kita bisa meminimalisir resiko keadaan yang ada dengan tidak ragu untuk melangkah.

Karang taruna yang bergerak pada bidang kemanusiaan dan gotong royong

didaerah Ulujami yang menjadi salah satu penggerak pemuda penting dalam membantu meningkatkan taraf pendidikan serta pemahaman masyarakat tentang hal-hal yang baru. Tidak bisa dipungkiri, Karang taruna Rt 13 Ulujami adalah sebuah perkumpulan yang tidak hanya membahas tentang obrolan omong kosong, akan tetapi juga selalu ikut serta dalam kemajuan daerah. mulai dari pendidikan, ekonomi, sosial, dan budaya yang ada pada RT13 Ulujami.

Dipimpin oleh seorang Ketua RT Bapak Jamalulay yang menjadi penggerak utama pemuda karang taruna RT 13 dalam menanggapi isu-isu sosial, politik, pendidikan, dan ekonomi. bergerak berlandaskan sebuah kebutuhan bukan sekedar keinginan tanpa hasil. Oleh karena itu, daerah RT 13 Ulujami dapat meningkatkan taraf keindahan daerah yang sedikit demi sedikit mulai rapih dan bisa dinikmati oleh penikmat jalan. Dengan kondisi yang aman tanpa adanya sebuah kerusakan ataupun maling yang menjadi salah satu permasalahan penting dalam sebuah daerah. Karang taruna ini hadir untuk memberikan sebuah kemashlahatan bagi masyarakat mulai dari agama, pendidikan, perekonomian, budaya, dan sosial.

Pergerakan yang masih masif dari pemuda karang taruna dalam menganggapi covid 19 menjadi faktor utama banyaknya dan tumbuh pengangguran dalam ruang lingkup RT13 Ulujami. Oleh karena itu, kami hadir memberikan sedikit sumbangsih pemikiran mengajak diskusi mealui media masa dengan adanya sebuah live podcast dalam instagram. Berdiskusi terkait apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan perekonomian ditengah-tenagh pandemi saat ini. Permasalahan kurangnya edukasi yang baik membuat kami merasa ingin ikut serta dalam membangun perekonomian mengurangi sebuah kemiskinan dan pengangguran didalam daerah Rt13 Ulujami.

2. METODE

Dalam hal ini kami menentukan pola kegiatan dengan melakukan observasi langsung dalam menanggapi apa yang menjadi sebuah keresahan utama pada mitra yang kami. Dari keresahan kami kerucutkan kepada saran dan kondisi yang sesuai pada

masa saat ini. Kami melihat pola yang berputar pada sebuah keresahan yaitu adalah “pandemi”. sebuah pola dan keresahan awal yang terbentuk yang akan menjadi sebuah pembahasan serta penyelesaian sebuah permasalahan awal. Dengan itu maka kami membentuk pola sebuah edukasi pengajaran dan pendampingan secara langsung untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

Akan tetapi, karena terhalang oleh pandemi akan dibatasi sebuah pertemuan secara langsung dan akan dipindah alihkan kepada pertemuan secara virtual demi memutus rantai penyebaran virus covid 19.

Metode kegiatan yang kami gunakan ada metode diskusi interaksi dan pendampingan. Diskusi interaksi dimulai dari sebuah obrolan awal tentang apa yang menjadi sebuah permasalahan awal. Dengan mengambil garis besar permasalahan yang akan ditarik pada sebuah kesimpulan penyelesaian. Dengan mengadakan Podcast atau edukasi secara online melalui Instagram dirasa paling pas dan paling diminati pula untuk remaja karang taruna RT13 Ulujami. dengan tingkatan umur yang terbilang muda edukasi online menjadi batu loncatan utama untuk memberika sebuah pengajaran, demi menghindari sebuah perekumpulan secara langsung dalam pandemi covid 19.

Pendampingan, berupa pendampingan secara langsung dalam pembuatan pemasaran secara online. seperti pembuatan instagram dan Gofood sebagai salah satu sarana penjualan secara onling. hal ini dirasa paling cocok untuk meningkatkan sebuah penjualan dalam pandemi dimana masyarakat mulai mengurangi pertemuan fisik secara langsung demi memutus jalur penyebaran covid 19.

Jenis Kegiatan yaitu “Penyuluhan dan Pendampingan” secara online dan offline. Penyuluhan secara online dengan memanfaatkan media instagram sebagai sara pemberian edukasi dalam pemberdayaan ekonomi dimasa pandemi. dengan membicarakan sebagian isu yang beredar dan mengecek fakta atau tidaknya isu tersebut. Selanjutnya melakukan pendampingan secara offline dan online dengan mendampingi mitra dalam pembuatan gambar, poster, dan pemenuhan syarakat dalam pembuatan akun instagram dan Gofood sebagai sarana penjualan pada masa pandemi saat ini.

Dalam tahapan ini kami mempunyai 2 jenis kegiatan, yaitu penyuluhan edukasi dan pendampingan pengembangan usaha bersama pada masa pandemi, berikut kami paparkan tahapan kegiatan yang telah kami susun demi terlaksananya program ini, diantaranya :

1. Tahapan Kegiatan Offline Bersama Mitra

- a) Berinteraksi langsung bersama para mitra untuk mengetahui sebuah permasalahan awal untuk bisa sama-sama diselesaikan secara bersama.
- b) Melakukan Observasi kerja lapangan dengan mengetahui layak atau tidaknya mitra untuk kita lakukan sebuah edukasi dan pendampingan bersama.
- c) Menanyakan secara langsung tentang sebuah keresahan tersebut apakah menjadi hal besar dan mendasar yang membuat perekonomian menjadi turun.
- d) Melakukan kegiatan secara langsung, dengan melakukan sebuah pendampingan awal jika sudah resmi menjadi sebuah mitra kerja.
- e) Memberikan pendampingan berupa menentukan pengambilan gambar, pembuatan poster, pembuatan akun pemasaran seperti instagram dan Gofood.
- f) Pendampingan dengan tidak semua kami yang mengerjakan demi pengetahuan yang optimal bagi mitra kerja.

2. Tahapan Kegiatan Online Bersama Mitra

- a) Mendampingi secara intens melalui personal chat dalam pembuatan kreatifitas penjualan secara online.
- b) Memberikan penyuluhan dan edukasi secara online untuk mengindari penyebaran covid 19.
- c) Tidak putus komunikasi demi terjaganya tujuan awal untuk membentuk dan mengedukasi pembuatan pemasaran secara online.

- d) Memberikan Penyuluhan terkait bagaimana cara meningkatkan penjualan atau taraf ekonomi pada masa pandemi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Lingkungan yang kompetitif di sebagian besar negara dan perusahaan telah berubah dikarenakan produksi telah berubah menjadi lebih berbasis teknologi dan berbasis pengetahuan, disamping itu kompetisi telah mengglobal dan berkembang menjadi lebih berbasis inovasi (Mytelka, 2000; Szirmai, Naude & Goedhuys, 2011). Untuk dapat bertahan hidup dalam ekonomi pasar global saat ini dan mencapai sukses jangka panjang, perusahaan dituntut untuk beradaptasi dan terus berinovasi untuk dapat mengatasi persaingan yang ketat dan sesuai dengan perubahan permintaan pasar (Tucker, 2002; Cefis & Marsili, 2005; Brem & Voigt, 2009; Hertog, 2010; Ellonen, Jantunen & Kuivalainen, 2011). Bahkan usaha kecil dan menengah perlu mencari model bisnis dan strategi baru, memperkenalkan produk dan layanan baru yang lebih baik serta mempertimbangkan pengetahuan baru dan teknologi (Hadjmanolis, 1999; Chirico & Salvato, 2008). Inovasi dianggap penting untuk pertumbuhan usaha (Dougherty & Hardy, 1996; Drucker, 2003; Haour, 2004; Davila, Epstein & Shelton, 2006).

Di Indonesia Usaha Kecil Menengah (UKM) memainkan peran strategis dalam pengembangan ekonomi nasional, yang ditampilkan melalui porsi Produk Domestik Bruto (PDB). UKM memberikan kontribusi terhadap PDB Nasional mencapai 57,94% (atau sama dengan Rp 4.303.571,5 triliun) dan meningkat menjadi 59,08% (atau setara dengan Rp 4.869.568,1 triliun) pada tahun 2012 (Salim, 2013). Selain itu terkait dengan kinerja ekspor Indonesia, pada tahun 2010 UKM Indonesia berkontribusi Rp 175.894,9 miliar (sama dengan 15,81%) terhadap kinerja ekspor nasional dan Rp 187.441,82 miliar (setara dengan 16,44%) pada tahun 2011 (Salim, 2013). jumlah tersebut menunjukkan pertumbuhan yang besar UKM di Indonesia.

Inovasi dapat terbentuk dan dipengaruhi oleh sejumlah faktor lingkungan makro dan faktor lingkungan mikro, yang

penting bagi UKM agar dapat beradaptasi untuk mencapai kinerja pertumbuhan bisnis yang lebih tinggi (Hossain, 2013). Banyak penelitian menunjukkan bahwa kolaborasi akademik-industri dan budaya organisasi secara positif mempengaruhi inovasi (Parker, 1992; Deshpande, Farley & Webster, 1993; Martins & Terblanche, 2003; Peebles, 2003; Wright, 2008; Nelson, 2011), sementara penelitian lain menemukan bahwa orientasi teknologi, aliansi dan kerjasama berpengaruh negatif terhadap inovasi (Gomez Arias, 1995; Tripsas & Gavetti, 2000; Bougrain & Haudeville, 2002; Srinivasan, Lilien & Rangaswamy, 2002; Laforet & Tann, 2006). Temuan tidak konsisten menunjukkan bahwa pengaruh dari faktor-faktor penentu lingkungan makro dan mikro mungkin kuat dalam konteks homogen namun dinamis dalam konteks heterogen, sehingga perlu diselidiki lebih lanjut (Voss & Voss, 2000; Gao, Zhou & Yim, 2007).

Oleh karena itu, disinilah kami para peserta KKN Ingin memberikan sebuah pemahaman tentang pemanfaatan teknologi dan pembuatan inovasi baru dimasa pandemi covid 19. Bahwasannya teknologi saat ini menjadi sebuah ujung tombak utama dalam meningkatkan sebuah produk penjualan, seperti yang sudah dijelaskan oleh pakar diatas, bahwasannya ketika sedang terpuruk dan mengalami banyak sekali kesulitan, maka berinovasi lah, membuat hal yang baru, bergerak mengambil sebuah resiko baru demi pemcapaian sebuah keuntungan dimasa yang akan datang.

Pandemi bukanlah hal yang dapat membatasi seseorang untuk selalu berinovasi membuat sebuah perubahan. Adanya pandemi untuk kita selalu berfikir kritis menanggapi sebuah permasalahan baru yang belum pernah kita hadapi sebelumnya. Oleh karena itu, kami lebih berfokus pada sebuah pelaksanaan inovasi perekonomian yang bertujuan peningkatan pemahaman masyarakat terhadap pemanfaatan teknologi.

Kegiatan yang kita kerjakan kita polakan khusus pada pemberdayaan, pendampingan, dan penyuluhan tentang pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan perekonomian. Seperti yang sudah dijelaskan diawal juga, semakin banyak pengusaha dalam sebuah negara, maka akan semakin baik perekonomian negara tersebut. Hal

tersebut dapat kita wujudkan dengan sebuah pendampingan secara langsung menompong UMKM di Indonesia. sebagai salah satu pelopor kebangkitan perekonomian bangsa dengan tidak memanfaatkan sumber konsumsi secara berlebihan. Kegiatan yang kita lakukan dalam pelaksanaan program diantaranya :

1. Membuat dan mendampingi secara langsung (offline dan Online pelatihan membuat pemasaran secara online.
2. Membangkitkan minat dan semangat masyarakat dalam mau untuk melakukan sebuah usaha kecil dan menengah.
3. Membantu menentukan skala prioritas perdagangan demi meningkatkan taraf penjualan perdagangan

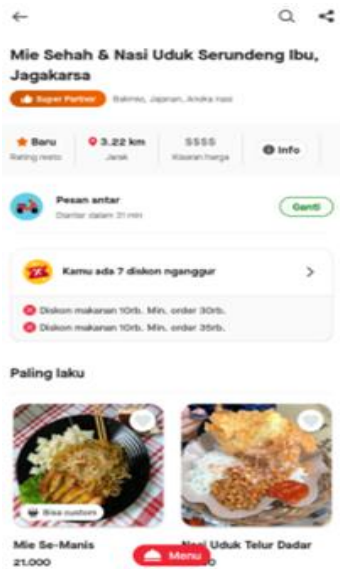
Memberikan sebuah pembaharuan baru dalam sebuah pergerakan pemberdayaan masyarakat, seperti pemberdayaan intensif melalui penyuluhan secara online.



Gambar 1. Penandatanganan Persetujuan Mitra



Gambar 1 . Penyuluhan Edukasi Secara Online Dalam Meningkatkan Ekonomi



Gambar 2 . Pendampingan Pembuatan Akun Go-Food dan Konten



Gambar 3 . Pendampingan Pembuatan Akun Instagram dan Konten

4. KESIMPULAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah salah satu penyalur kekuatan mahasiswa dalam meningkatkan kepedulian sosial antar sesama. Dengan adanya agenda KKN Ini membuat mahasiswa mau turun dan bersentuhan langsung pada masyarakat untuk saling bantu menyelesaikan sebuah

pemasalahan yang ada disekitarnya. Kuliah Kerja Nyata adalah salah satu wadah awal kepedulian mahasiswa terhadap sekitar, kita tahu sendiri bahwasannya mahasiswa hanya berkelut tentang tugas, paper, tugas, dan paper lagi tanpa danya kepedulian dengan dunia sekitar.

Akan tetapi, dengan adanya KKN ini mahasiswa bisa mengembangkan potensi diri tentang seberapa berharga dan seberapa hebatnya dia untuk membantu sesama menyelesaikan sebuah permasalahan. Pandemi, menjadi salah satu permasalahan paling inti dalam perjalanan KKN Kali ini. semua mitra yang kami ajak diskusi dan berbicara, pasti menyangkan tentang adanya pandemi saat ini. Khususnya pada pembahasan saya, dari bidang ekonomi. masih banyak masyarakat yang tidak bisa menghidupi dirinya dari hari ke hari karena tidak bekerja akibat PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) pada masa pandemi.

Hal yang sangat amat disayangkan, yang membuat angka pengangguran di Indonesia semakin meningkat dari hari ke hari. Oleh karena itu, kami hadir untuk memberikan sebuah penyelesaian permasalahan yang ada. Pada kutipan ini yang melandasi sebuah pergerakan kita Inovasi dapat terbentuk dan dipengaruhi oleh sejumlah faktor lingkungan makro dan faktor lingkungan mikro, yang penting bagi UKM agar dapat beradaptasi untuk mencapai kinerja pertumbuhan bisnis yang lebih tinggi (Hossain, 2013). Kita memang sedang berperang melawan pandemi, melawan merosotnya perekonomian, dan melawan hancurnya dunia perlahan.

Jadi, apa yang harus kita lakukan untuk meningkatkan angka perekonomian kita ? jawabannya hanya 1 yaitu "Inovasi". Jangan takut untuk berinovasi, tidak ada yang menyalahkan orang untuk berinovasi, tidak ada inovasi yang jelek, adanya orang yang tidak berinovasi itu yang jelek. Kita harus bisa beradaptasi pada dunia saat ini, jangan hanya duduk menunggu kepastian, tapi pbergerak melawan sebuah kepastian. Cari ilmu sebanyak-banyaknya, buat inovasi sebanyak-banyaknya sampai nanti ada 1 atau 2 inovasi yang kamu ciptakan akan menguntungkanmu.

Kami dari delgasi departemen ekonomi kelompok 63 juga tidak mempunyai banyak

inovasi untuk dibawa kepada masyarakat, akan tetapi apa salahnya kita mencoba walaupun akhirnya akan gagal. Seerti contoh, edukasi melalui podcast online. itu adalah sebuah inovasi baru, sebuah penyesuaian dengan hal yang ada pada saat ini, dimana dunia dilanda pandemi covid 19. bukan hal baru bagi kita bahwasannya pandemi ini menular dengan sangat cepat, apa harus bertemu secara langsung seperti tahun sebelum pandemi ? tentu saja tidak, oleh karena itu mari kita mencoba hal yang baru, jangan berpaku pada hal lama. Adaptasi diri pada kondisi saat ini dengan cepat, sehingga kamu akan menjadi orang pertama yang berhasil beradaptasi dengan baik after pandemi covid 19 di Indonesia.

UCAPAN TERIMAKASIH

Melalui kesempatan yang baik ini, tak lupa kami segenap Tim KKN UMJ Kelompok 63 mengucapkan terima kasih atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan, baik material maupun immaterial, kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan seluruh rahmat, hidayah, dan nikmat sehatNya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Kegiatan KKN dengan lancar dan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.
2. Nabi Muhammad SAW, dimana syafa'atnya selalu dinantikan di yaumul akhir nanti.
3. Bapak Dr. Ma'mun Murod, M. Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan untuk pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN).
4. Ibu Dr. Ir. Tri Yuni Hendrawati, M. Si, IPM, ASEAN.Eng selaku ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Universitas Muhammadiyah Jakarta yang telah memberikan segala kemampuan dan upaya sehingga pelaksanaan KKN dapat berjalan dengan lancar.
5. TIM Pembina Kuliah Kerja Nyata dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) beserta staf, yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan sebagai bekal terjun ke lokasi KKN.

6. Ibu Lilik Sumarni, S. Sos, M. Si selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah membimbing selama KKN.
7. Nurvia Istiyani yang telah bersedia untuk diberi pendampingan dalam pembuatan iklan produk dan pemasaran secara online.
8. Bapak Ketua DKM Masjid Jami' Al-Barokah, Ustadz Abdul Azis, yang telah membantu terlaksananya kegiatan-kegiatan KKN ini dengan sabar dan yang paling utama telah memberikan tempat yang sangat nyaman kepada Tim KKN Kelompok 63.
9. Bapak Ketua RT 13 RW 03 Kelurahan Ulujami, Bapak Jamalullail yang telah membantu secara fisik maupun moral Tim KKN Kelompok 63.
10. Adik-adik sekitar Masjid Jami' Al-Barokah yang telah berpartisipasi dalam kegiatan KKN.
11. dan seluruh pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS). 2015. Jumlah Usaha Kecil, Menengah dan Besar Menurut Sektor Ekonomi Tahun 2012 - 2015, Badan Pusat Statistik. Retrieved April 19, 2016, from <http://www.bps.go.id>
- Oliver, C. 1997. Sustainable Competitive Advantage: Combining Institutional and Resource-Based View. *Strategic Management Journal*, Vol.18, No.9, pp.697-713
- Otero-Neira, C. Lindman, M. dan Fernandez, M. 2009. Innovation and Performance in SME Furniture Industries: An International Comparative Case Study. *Marketing Intelligence and Planning*, Vol.27, No.2, pp.216-232
- Peebles, E. 2003. Inspiring Innovation. *Harvard Business Review on the Innovative Enterprise*, Harvard Business School Press, Cambridge, pp.89-110

