

Edukasi BMC, Kepemimpinan dan Pelatihan Teknologi Untuk Organisasi di Wilayah Rw 02 Kelurahan Penggilingan

Rully Mujiastuti¹, Astriana Baiti Sinaga², Virgi Al-Fiansah³, Bintang Mesir⁴,
Debby Arrizqi Kamila⁵, Jumail⁶, Aryuni Arafah⁷
E-mail: rully.mujiastuti@ftumj.ac.id¹, astri01@yahoo.com²,
alfiansahvirgi@gmail.com³, bintangmesir@gmail.com⁴,
2019470021@ftumj.ac.id⁵, jumail@ftumj.ac.id⁶, aryuni.arafah@ftumj.ac.id⁷

ABSTRAK

(Kosong 1 Spasi 10 pt)

Pengabdian masyarakat dilakukan di wilayah Rw 02 Kelurahan Penggilingan. Rw 02 memiliki 10 Rt di lingkungannya. Tim pengabdian adalah tim yang berasal dari Prodi Teknik Informatika Fakultas Teknik dan FISIP Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ). Bekerjasama dengan salah satu ketua Rukun Tetangga (RT) yang menjadi fasilitator, yaitu RT 009 Rw 002, Tim pengabdian mencoba memberikan edukasi untuk membuat bisnis model dalam organisasi, memperkuat mindset dan leadership, edukasi sosial media dan membuat desain pemasaran produk ataupun acara kegiatan. Adapun pengabdian masyarakat ini merupakan integrasi dari hasil riset yang dilakukan tim pengabdian ke dalam pengajaran dan pengabdian masyarakat. Metode yang dilakukan dalam program ini adalah dengan pemberian sosialisasi, edukasi dan pelatihan, monitoring, evaluasi dan pendampingan. Dari hasil evaluasi diperoleh data 57,1% responden peserta menyatakan sangat puas dari hasil pelaksanaan program ini. Sementara 42,9% lainnya menyatakan puas. Kemudian, dari hasil pendampingan dan juga tantangan yang diberikan kepada peserta, diperoleh hasil akhir berupa 10 hasil kreasi responden dengan 3 kreasi terbaik, secara berurutan yaitu; Rifqi Nadian (Juara pertama), Kustini (Juara kedua) dan Rahmi Hadiyanti (Juara ketiga). Kriteria yang ditentukan oleh tim pengabdian, yaitu : Kreativitas, Kualitas Gambar, Orisinalitas, Kejelasan Tulisan, *Font*, Warna dan *Layout*.

Kata kunci : *BMC, Leadership, Mindset, Organisasi, Sosial Media, Tim Pengabdian*

ABSTRACT

Community service is carried out in the area of Rw 02 Penggilingan Village. Rw 02 has 10 Rt in the neighborhood. The service team is a team that comes from the Informatics Engineering Study Program, Faculty of Engineering and FISIP, University of Muhammadiyah Jakarta (UMJ). In collaboration with one of the Rukun Tetangga (RT) heads who became the facilitator, namely RT 009 Rw 002, the service team tried to provide education to create a business model within the organization, strengthen mindset and leadership, social media education and create product marketing designs or event events. This community service is an integration of the results of research conducted by the service team into teaching and community service. The method used in this program is by providing outreach, education, training, monitoring, evaluation, and mentoring. From the evaluation results, it was obtained that 57.1% of the participating respondents stated that they were very satisfied with the results of this program. While another 42.9% said they were satisfied. Then, from the results of the mentoring and also the challenges given to the participants, the final result was in the form of 10 respondents' creations with the 3 best creations, sequentially namely; Rifqi Nadian (first winner), Kustini (second winner) and Rahmi Hadiyanti (third winner). The criteria determined by the service team are Creativity, Image Quality, Originality, Clarity of Writing, Fonts, Colors, and Layout.

Keyword : *BMC, Leadership, Mindset, Organization, Social Media, Service Team*

1. PENDAHULUAN

Kecamatan Cakung adalah salah satu kecamatan yang berada di wilayah kotamadya Jakarta Timur. Secara administrasi Kecamatan Cakung terdiri dari 7 kelurahan, yaitu : Kelurahan Cakung Barat, Kelurahan Cakung Timur, Kelurahan Jatinegara, Kelurahan Penggilingan, Kelurahan Pulogebang, Kelurahan Rawa Terate, dan Kelurahan Ujung Menteng. (Cakung, 2018).

Salah satu kelurahan yang menjadi mitra tim pengabdian adalah Kelurahan Penggilingan. Kelurahan ini memiliki 19 Rw yang tersebar di wilayahnya. Tiap wilayah memiliki ciri khas tersendiri, di antaranya adalah dengan adanya sentra usaha yang tersebar di beberapa wilayah Rukun Warga (RW). Di antaranya sentra souvenir di RW 02 dan Rw 03, Pasar tradisional Simpang Tiga RW 05, sentra UKM di Perkampungan Industri Kecil (PIK) RW010, dan Pasar Reboan di RW 011.

Tim pengabdian sejak beberapa tahun lalu telah menjalin kemitraan dengan Lembaga Masyarakat Kelurahan (LMK) Kelurahan Penggilingan. Program yang telah terlaksana sebelumnya terutama berupa edukasi dan pelatihan di bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi kreatif, umkm dan pemasaran. Bentuknya antara lain dengan adanya edukasi dan pelatihan computer untuk guru paud, skrining kesehatan untuk lansia geriatric, membuat kreasi decoupage, melakukan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), *Packaging*, hingga membuat studio mini dan memasarkan produk lewat blog.

Pada pengabdian masyarakat kali ini, tim pengabdian melakukan pengabdian masyarakat di salah satu wilayah Kelurahan Penggilingan, tepatnya di Rw02. Rw 02 memiliki 10 Rt di lingkungannya. (Yulianingsih, 2022).

Tim pengabdian bekerja sama dengan salah satu ketua Rukun Tetangga (RT) yang menjadi fasilitator, yaitu RT 009 Rw 002. Tim pengabdian mencoba memberikan edukasi untuk membuat bisnis model dalam organisasi, memperkuat mindset dan leadership sehingga dapat membuat branding organisasi bagi Karang Taruna maupun organisasi lainnya seperti UMKM hingga membuat desain pemasaran produk ataupun acara kegiatan.

2. PERMASALAHAN

Beberapa permasalahan yang ditemukan oleh tim pengabdian pada Karang Taruna dan UMKM di wilayah Rw 02, di antaranya adalah sebagai berikut :

1. Belum mengetahui Bisnis Model Canvas (BMC) sebagai cara mengenal keseluruhan unsur dalam bisnis model organisasi
2. Belum memahami penguatan *mindset leadership* untuk *branding* organisasinya.
3. Belum memiliki *skill* untuk membuat desain pemasaran yang efektif

Tim pengabdian mencoba melakukan analisis terhadap masalah untuk dilakukan edukasi dan pelatihan terkait pemecahan masalah.

3. METODOLOGI

Sebelum menjelaskan lebih lanjut mengenai kronologi pengabdian, desain atau tahapan pengabdian, tim pengabdian akan menyajikan beberapa literatur pendukung terlebih dahulu seperti di bawah ini.

3.1 REFERENSI

Mindset

Mindset memiliki beberapa pengertian, salah satunya adalah sebagai pola pikir, seperangkat sikap atau keyakinan yang

dipegang. Hal ini akan mempengaruhi apa yang akan dilakukan di dunia ini. (Arum, 2022)

Kepemimpinan

Sebuah proses untuk dapat membimbing, mengarahkan, membimbing dan mempengaruhi sikap dan pekerjaan orang lain untuk mencapai tujuan dan situasi tertentu disebut dengan Kepemimpinan. Dengan kepemimpinan seorang manajer memiliki kemampuan untuk mendorong orang yang dipimpinnya agar dapat bekerja dengan percaya diri dan semangat. (Kurniawan, 2021)

VUCA (*Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity*)

Saat terjadi krisis pandemi Covid 19 maupun setelah krisis pandemic menjadi endemic, kondisi lingkungan organisasi dan bisnis semakin berubah dan tidak dapat diprediksi. Kecakapan seorang leader, mempengaruhi tindakannya dalam memutuskan arah organisasi. Istilah VUCA kemudian lebih dikenal untuk mendeskripsikan situasi lebih lanjut. Istilah VUCA pertama kali dikenal di dunia militer yang menggambarkan situasi paramedis dengan informasi yang begitu terbatas di bilangan tahun 1990-an.

VUCA adalah singkatan dari *Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity*. *Volatility* merupakan sifat perubahan yang sangat dinamis dan sangat cepat. *Uncertainty* merupakan sesuatu yang sulit diperkirakan dan menimbulkan kejutan - kejutan. *Complexity* bercampurnya beragam factor dan isu yang rumit tanpa diketahui keterkaitan sebab dan akibat. Sementara *Ambiguity* merupakan kekaburan realitas, berpotensi salah baca dan pemahaman serta menimbulkan kebingungan mana sebab-mana akibat. (Atharriq, 2022).

Digital Leadership

Digital leadership adalah kepemimpinan strategis dengan memanfaatkan teknologi,

khususnya aset digital untuk mencapai tujuan perusahaan. Bagi seorang pemimpin membutuhkan skill khusus dalam transformasi digital organisasinya. Di antaranya adalah komunikasi yang baik, visi ke depan, melek digital, mampu beradaptasi dengan segala perubahan, memiliki strategi untuk mencapai visi, berinovasi, dan mampu mengambil risiko. (Kuncie, 2021)

Bisnis Model Canvas

Upaya perencanaan yang dilakukan oleh UMKM untuk perbaikan secara menyeluruh, baik untuk bertahan maupun pengembangan secara berkelanjutan sangat diperlukan. Salah satu yang dilakukan adalah dengan merancang strategi perencanaan melalui bisnis model canvas (BMC). Sebuah alat bantu untuk mendeskripsikan, menganalisis dan merancang model bisnis, yang dibuat oleh Alexander Osterwalder & YvesPigneur ini terdiri atas 9 (Sembilan) blok bangunan visual chart yang diisi sesuai poin penting dalam perencanaan bisnis perusahaan. 9 (Sembilan) blok tersebut antara lain : (Krisdayanti Sinaga, 2020)

a. Customers Segments

Merupakan target utama bisnis untuk menetapkan siapa yang akan menjadi target konsumen.

b. Value Proposition

Merupakan nilai-nilai keunggulan, manfaat atau kelebihan yang ditawarkan organisasi kepada konsumennya agar dapat menyelesaikan masalah pelanggan.

c. Channels

Channels adalah saluran, distribusi, jalan masuk untuk menjangkau pelanggan agar dapat menyampaikan value proposition kepada customer segments.

d. Customers Relationship

Merupakan relasi untuk menjalin ikatan emosional dengan konsumennya agar tetap loyal.

e. Revenue Streams

Merupakan arus pendapatan dari proposisi nilai yang dengan sukses ditawarkan kepada pelanggan.

f. Key Resources

Merupakan sumber daya yang dimiliki oleh organisasi, seperti staff (anggota organisasi), mesin, alat produksi, kendaraan dll.

g. Key Activities

Merupakan kegiatan-kegiatan atau aktivitas yang berhubungan dengan proses bisnis untuk menghasilkan produk sesuai proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan dan arus pendapatan.

h. Key Partnership

Merupakan kemitraan utama dengan aktivitas pada *outsourc*e dan sumber daya dari luar perusahaan.

i. Cost Structure

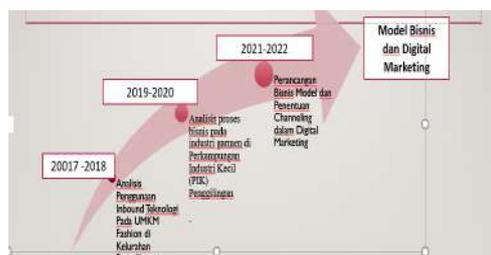
Merupakan elemen-elemen model bisnis yang akan mempengaruhi struktur pembiayaan

Canva

Untuk membuat desain pemasaran dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa alat bantu, misalkan imooji.com, presta shop, canva dll. Untuk membuat beragam desain grafis seperti poster, flyer, sertifikat, proposal, infografis dan lain-lain yang diakses secara online melalui web ataupun mobile, dapat digunakan Canva. Terdapat beragam template yang dapat dimodifikasi dengan mudah oleh pengguna. (Yana Adharani, 2020)

3.2 KRONOLOGI

Adapun program Pengabdian kepada masyarakat ini adalah merupakan hasil riset dari tim pengabdian. Hal ini dapat dilihat dari roadmap penelitian yang telah dilakukan sebelumnya seperti gambar 1 berikut ini



Gambar 1. Peta Jalan Peneliti

Hasil dari riset di atas, kemudian digunakan sebagai bahan untuk memberikan penyuluhan dan pelatihan kepada mitra tim pengabdian. Harapannya adalah, agar permasalahan yang terjadi di lapangan, ada yang dapat dibantu untuk diselesaikan dan memperkecil gap antara riset dengan permasalahan yang terjadi. Kemudian, mitra dapat bertumbuh dan mengembangkan usahanya lebih luas dengan menggunakan *tools digital* dalam pemasarannya.

Beberapa riset terdahulu yang telah dilakukan tim pengabdian di antaranya riset yang berjudul Analisis Penggunaan Inbound Marketing di UMKM Fashion Kelurahan Penggilingan yang dilakukan oleh (Retnani Latifah, 2018) dan menghasilkan keterhubungan penggunaan inbound marketing dengan jumlah konsumen. Kemudian riset serupa berjudul Penentuan Jenis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Pada UMKM Fashion di Kelurahan Penggilingan Berbasis Teknologi oleh (Rully Mujiastuti R. L., 2019) yang menghasilkan urutan strategi alternative untuk meningkatkan pertumbuhan pasar, mempertahankan dan memelihara usaha. Sementara dari hasil pengabdian masyarakat terdahulu berjudul Edukasi Skrining Gizi Lansia Untuk Kader Posyandu Lansia Rw 011 Kelurahan Penggilingan (Rully Mujiastuti E. R., 2021)

Hasil dari riset di atas, kemudian digunakan sebagai bahan untuk memberikan penyuluhan dan pelatihan kepada mitra tim pengabdian. Harapannya adalah, agar permasalahan yang terjadi di lapangan, ada yang dapat dibantu untuk

diselesaikan dan memperkecil gap antara riset dengan permasalahan yang terjadi. Kemudian, mitra dapat bertumbuh, memiliki branding organisasi dan dapat menggunakan *tools digital* dalam melakukan operasionalnya.

3.3 METODOLOGI

Tim pengabdian menyusun tahapan untuk menyelesaikan permasalahan ke dalam sebuah metodologi. Tahapan ini terdiri dari :

1. Tahap awal (Sosialiasi)

Tim pengabdian yang telah melaksanakan kerjasama dengan LMK Kelurahan Penggilingan, kemudian melakukan koordinasi dan sosialisasi kegiatan kepada mitra di RT009 / Rw02 sebagai fasilitator pelaksana program.

2. Tahap kedua (Edukasi dan Pelatihan)

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan edukasi bisnis model canvas, yang menggambarkan keseluruhan model bisnis organisasi; melakukan edukasi mindset dan leadership untuk meningkatkan personal branding organisasinya; dan melakukan pelatihan membuat desain canva sebagai skill teknik memasarkan kegiatan atau usaha yang dimiliki

3. Tahap ketiga (monitoring dan evaluasi)

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan monitoring kegiatan yang dilakukan dan evaluasi atas program yang telah dilaksanakan

4. Tahap keempat (pendampingan)

Tahap akhir adalah pendampingan sekaligus tantangan, challenge untuk para peserta. Mereka membuat desain kreatif untuk usaha maupun promosi organisasinya. Di akhir pendampingan ini ditentukan pemenang dengan

kriteria yang ditetapkan oleh tim pengabdian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan di Masjid Al Furqoon jam 08.30-12.30. Peserta yang mengikuti acara ada 18 orang. Mereka mendaftar melalui link berikut ini

https://bit.ly/Pengabdian_masyarakatProdi.

4.1 Tahap Awal (Sosialiasi)

Pada awal ini, tim pengabdian melakukan koordinasi untuk persiapan program dengan fasilitator kegiatan. Kemudian dilakukan sosialisasi kepada mitra. Untuk menjaring peserta dan memberikan informasi lebih lanjut, maka dibuatlah flyer sebagai langkah awal, seperti pada gambar 1 di bawah ini.

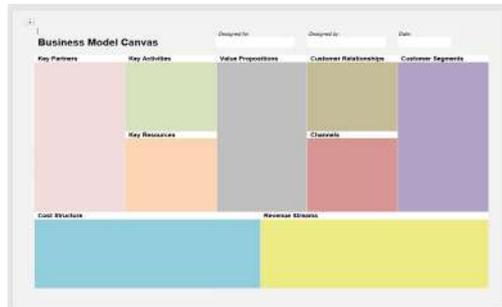


Gambar 1. Flyer Kegiatan Pengabdian Masyarakat

4.2 Tahap Kedua (Edukasi dan Pelatihan)

Tahap kedua ini, tim pengabdian melakukan beberapa edukasi dan pelatihan terkait program pemecahan masalah. Edukasi yang dilakukan dapat dilihat pada gambar berikut; gambar 2 untuk edukasi BMC, gambar 3 untuk

edukasi *leadership*, gambar 4 untuk edukasi *social media* dan gambar 5 untuk pelatihan desain canva.



Gambar 2. Edukasi BMC

Gambar 2 ini berisi edukasi 9 blok BMC, yaitu : 1) *Customer segment*, 2) *Value Inovation*, 3) *Channels*, 4) *Customer relationship*, 5) *Revenue streams*, 6) *Key resources*, 7) *Key activities*, 8) *Key Partenership* dan 9) *Cost Structure*

Mindset dan Leadership Dalam Organisasi dan Bisnis

Dr. Astriana Bahli Sinaga MSI

Gambar 3. Edukasi Leadership

Pada gambar 3 ini adalah edukasi yang dipaparkan oleh tim pengabdian yang berasal dari Prodi Magister Ilmu Komunikasi FISIP UMJ. Sementara pada gambar 2, 4 dan 5 edukasi dan pelatihan dilakukan oleh tim pengabdian yang berasal dari Prodi Teknik Informatika.

Sosial Media

Pemasaran Produk Kreatif Melalui Media Sosial
Dibawakan Oleh : M. Zulmi Wijyanto

Gambar 4. Edukasi Sosial Media

Pada gambar 4 ini adalah edukasi *social media* untuk produk kreatif



Gambar 5. Pelatihan Desain Canva
Pada gambar 5 ini adalah pelatihan desain canva yang diikuti oleh peserta.

Gambar 6 adalah penyerahan cinderamata kepada mitra. Gambar 7 adalah gambar peserta dan gambar 8 adalah gambar tim pengabdian, fasilitator dan peserta.



Gambar 6. Penyerahan cinderamata kepada mitra



Gambar 7. Peserta Pelatihan



Gambar 8. Tim Pengabdian, Fasilitator dan Peserta

4.3 Tahap Ketiga (Monitoring dan Evaluasi)

Tahap ketiga ini, tim pengabdian melakukan monitoring dan evaluasi. Pengabdian menemukan kendala awal mengenai target peserta, yaitu Karang Taruna yang hadir jumlahnya belum memenuhi harapan yang ada, namun terwakili oleh organisasi lainnya seperti UMKM dan Dasawisma.

Setelah dilakukan edukasi dan pelatihan kemudian Para peserta menunjukkan hasil kreasinya dan mengisi link evaluasi program. Link evaluasi program yang diisi adalah sebagai berikut :

<https://forms.gle/iLPX6PCp8wYk28xo7>

Beberapa hasil kreasi yang diperoleh adalah diantaranya seperti gambar 9 dan 10 berikut:

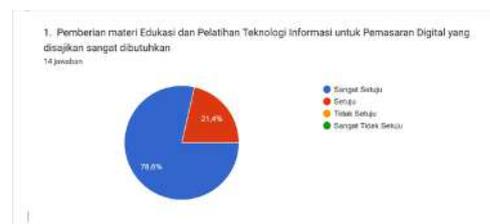


Gambar 9. Kreasi 1

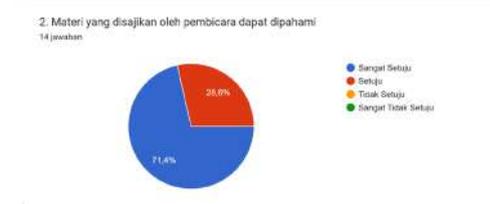


Gambar 10. Kreasi 2

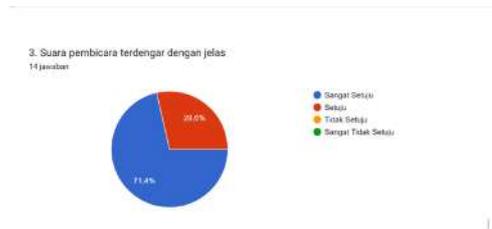
Sementara dari hasil evaluasi program, dibuat empat pertanyaan dan didapatkan hasil seperti pada gambar 11, 12, 13 dan 14 sebagai berikut :



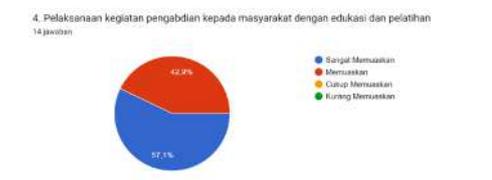
Gambar 11. Pertanyaan 1 Evaluasi
Dari gambar 11 diperoleh 78,6% responden peserta menyatakan sangat setuju materi edukasi dan pelatihan teknologi informasi untuk pemasaran digital



Gambar 12. Pertanyaan 2 Evaluasi
Dari gambar 12 diperoleh 71,4% responden peserta menyatakan sangat setuju materi yang disajikan pembicara dapat dipahami.



Gambar 13. Pertanyaan 3 Evaluasi
Dari gambar 13 diperoleh 71,4% responden peserta menyatakan sangat setuju suara pembicara terdengar dengan jelas



Gambar 14. Pertanyaan 4 Evaluasi
Dari gambar 14 diperoleh 57,1% responden peserta menyatakan sangat memuaskan dan 42,9% responden menyatakan memuaskan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan edukasi dan pelatihan ini

4.4 Tahap Keempat (Pendampingan)

Pada tahap keempat ini merupakan pendampingan yang dilakukan oleh tim pengabdian terhadap mitra. Para peserta mencoba membuat latihan desain pemasaran organisasi maupun produknya. Kemudian, jika ada kendala dapat didiskusikan kembali dengan tim. Pendampingan berlangsung selama beberapa hari.

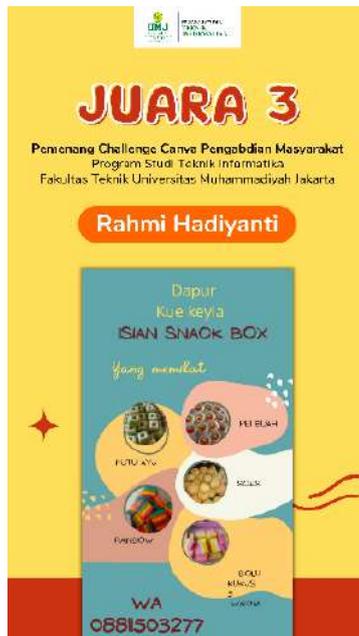
Pada tahap ini juga dilakukan *challenge* atau tantangan kepada peserta. Desain pemasaran yang dibuat kemudian dilombakan, dan diperoleh 3 pemenang. Kriteria ditentukan oleh tim pengabdian, yaitu : Kreativitas, Kualitas Gambar, Orisinalitas, Kejelasan Tulisan, *Font*, Warna dan *Layout*. Dari hasil *Challenge* yang diikuti dengan 10 hasil kreasi, maka ditentukan pemenang seperti gambar 15, 16 dan 17 berikut :



Gambar 15. Juara 1 *Challenge*
Gambar 15 adalah gambar desain dari Rifqi Nadian sebagai juara 1 *Challenge*



Gambar 16. Juara 2 *Challenge*
Gambar 16 adalah gambar desain dari Kustini sebagai Juara 2 *Challenge*



Gambar 17 Juara 3 Challenge

Gambar 17 adalah gambar desain dari Rahmi Hadiyanti sebagai Juara 3 Challenge

5. KESIMPULAN

Tim Pengabdian telah melakukan edukasi terkait bisnis model canvas, leadership, social media dan pelatihan desain canva melalui Program Pengabdian Masyarakat ini. Peserta melakukan diskusi dengan interaktif dan penuh antusias. Beberapa hasil desain telah dibuat dan dilombakan sebagai tantangan. Sebelum acara ditutup, diberikan evaluasi kegiatan sebagai umpan balik bagi peserta. Hasilnya digunakan untuk edukasi dan pelatihan selanjutnya. Sementara dari challenge yang dilakukan sebagai pendampingan; dari 10 hasil kreasi yang diserahkan peserta, telah diperoleh 3 kreasi terbaik, yaitu kreasi Rifqi Nadian (Juara pertama), Kustini (Juara kedua) dan Rahmi Hadiyanti (Juara ketiga) menurut penilaian juri dari tim pengabdian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian mengucapkan terima kasih atas dibiayainya program Pengabdian Kepada Masyarakat ini kepada Lembaga Penelitian dan

Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Jakarta, sehingga dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arum, R. (2022, November 21). https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-mindset/#Pengertian_Mindset. Diambil kembali dari https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-mindset/#Pengertian_Mindset
- Atharriq, R. (2022, Februari). <https://www.gramedia.com/best-seller/vuca/>. Diambil kembali dari <https://www.gramedia.com/best-seller/vuca/>
- Cakung, K. P. (2018). *Jumlah Rt dan Rw Kecamatan Cakung*. Jakarta Timur: Kecamatan Cakung.
- Dukcapil. (2018). *Luas Wilayah dan Jumlah Penduduk Kecamatan Cakung*. Jakarta Timur: Dukcapil.
- Krisdayanti Sinaga, T. W. (2020). STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE BUSINESS MODEL. *jtinUNTAN*, 37-44.
- Kuncie. (2021, September 9). <https://www.kuncie.com/posts/kepemimpinan-di-era-digital>. Diambil kembali dari <https://www.kuncie.com/posts/kepemimpinan-di-era-digital#:~:text=Digital%20leadership%20adalah%20kepemimpinan%20strategis,digital%20untuk%20mencaipai%20tujuan%20perusahaan>.
- Kurniawan, A. (2021, Nov 25). <https://www.merdeka.com/jabar/pengertian-kepemimpinan-beserta-fungsi-dan-tujuannya-klm.html>. Diambil kembali dari <https://www.merdeka.com/jabar/pengertian-kepemimpinan-beserta-fungsi-dan-tujuannya-klm.html>
- Retnani Latifah, R. M. (2018). ANALISIS PENGGUNAAN INBOUND MARKETING DI UMKM FASHION. *Semnastek 2018* (hal. 1-6). DKI Jakarta: FT UMJ.
- Rully Mujiastuti, E. R. (2021, Juni 2). Edukasi Skrining Gizi Lansia Untuk Kader Posyandu Lansia RW 011 Kelurahan

- Penggilingan. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 383-390.
- Rully Mujiastuti, R. L. (2019). Penentuan Jenis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM. *FIFO*, 52-64.
- Yana Adharani, R. L. (2020). Pelatihan Pembuatan Flyer Promosi untuk Menunjang Digital Marketing. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1-6.
- Yulianingsih, N. (2022, November 24). Karakter Penduduk Rt 009/Rw 02. (R. Mujiastuti, Pewawancara)