

Pemberdayaan Pedagang Sayur Keliling Melalui Program “Abang Sayur” dalam Upaya Peningkatan Penjualan di Era Covid-19

by Eri Yusnita

Submission date: 21-Oct-2022 07:39PM (UTC+0700)

Submission ID: 1931486206

File name: 3308-10452-1-PB.pdf (856.06K)

Word count: 2557

Character count: 16532



Pemberdayaan Pedagang Sayur Keliling Melalui Program “Abang Sayur” dalam Upaya Peningkatan Penjualan di Era Covid-19

(Empowerment of Mobile Vegetable Traders Through the “Abang Sayur” Program in an Effort to Increase Sales in the Covid-19 Era)

Dyanasari¹, Anis Trianawati², Eri Yusnita Arvianti^{3*}
^{1,2,3} Sekolah Pascasarjana, Universitas Tribhuwana Tungga Dewi Malang

17 ARTICLE INFO

Article history

Received : 17 May 2022

Revised : 25 May 2022

Accepted : 20 June 2022

DOI :

<https://doi.org/10.33366/jast.v6i1.3308>

Keywords :

abang sayur; online marketing; vegetables

*e-mail corresponding author :
yusnitaarvianti@gmail.com

PENERBIT

UNITRI PRESS

Jl. Telagawarna, Tlogomas-
Malang, 65144, Telp/Fax:
0341-565500



This is an open access article under the [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). Any further distribution of this work must maintain attribution to the author(s) and the title of the work, journal citation and DOI.
[CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

ABSTRAK

Program pegabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan penyuluhan tentang peningkatan penjualan produk sayuran melalui konsep “abang sayur”, yaitu memperhatikan kualitas dan cara pemasaran melalui online kepada pedagang sayuran keliling. Pada saat ini, permasalahan ditemukan akibat kebijakan pemerintah ditengah pandemi Covid-19. Pembatasan gerak dan ruang memicu keterbatasan pedagang untuk bergerak di masa pandemi sehingga terjadinya penurunan omset penjualan pedagang sayur keliling. Dengan adanya permasalahan yang terjadi maka solusi yang ditawarkan yaitu memberikan arahan dan strategi peningkatan penjualan produk sayur melalui pemasaran online dan melakukan strategi promosi melalui sosial media. Hasil dari kegiatan penyuluhan ini dapat membantu meningkatkan pendapatan petani dan omset penjualan hingga 70%, pengemasan menjadi lebih baik, pemberian label jual, memiliki laporan keuangan dan penjualan produk melalui pemasaran online di *Whatsapp Business*

2 ABSTRACT

*This community service program aims to provide counseling about increasing sales of vegetable products through the concept of "Abang Sayur," which pays attention to the quality and marketing methods through online to mobile vegetable traders. At this time, problems were found due to government policies amid the Covid-19 pandemic. Restrictions on movement and space trigger limitations for traders to move during the pandemic, resulting in a decrease in the sales turnover of mobile vegetable traders. With the problems that occur, the solutions offered are to provide direction and strategies to increase sales of vegetable products through online marketing and carry out promotional strategies through social media. The results of this extension activity can help increase farmers' income and sales turnover by up to 70%, better packaging, selling labels, financial reports, and product sales through online marketing on *Whatsapp Business*.*

Cara Mengutip : Dyanasari, D., Trianawati, A., Arvianti, E. Y. (2022). Pemberdayaan Pedagang Sayur Keliling Melalui Program “Abang Sayur” dalam Upaya Peningkatan Penjualan di Era Covid-19. *JAST: Jurnal Aplikasi Sains dan Teknologi*, 6 (1), 54-61. doi: <https://doi.org/10.33366/jast.v6i1.3308>

1. PENDAHULUAN

Perekonomian saat ini sedang dalam tren yang menurun, hal ini dikarenakan wabah Covid-19 yang membuat kebebasan bergerak semakin terbatas, sehingga aktivitas ekonomi seperti produksi dan konsumsi sama-sama mengalami penurunan yang serius [1]. Banyak ditemukan pelaku bisnis yang terkena dampaknya, bahkan banyak yang harus tutup dikarenakan ketidakmampuan bertahan dari pandemi. Salah satu bisnis yang terkena dampak adalah bisnis retail. Ritel mencakup semua kegiatan yang terkait dengan penjualan langsung barang atau jasa untuk digunakan secara langsung digunakan sendiri dan bukan dijual kembali [2].

Pedagang sayur keliling adalah salah satu bentuk usaha eceran yang termasuk dalam daftar eceran bukan toko (penjualan langsung) tetapi menjualkan barang kebutuhan pokok seperti sayur-sayuran, umbi-umbian, buah-buahan dan ikan yang dijual secara langsung kepada konsumen pengguna akhir [3]. Penjual sayur keliling biasanya menggunakan sepeda motor untuk menjajal dagangannya ke rumah-rumah, penjual sayur keliling membeli sayuran segar dari para petani kemudian dijual kembali dengan mengendarai sepeda motor yang telah dimodifikasi dengan tambahan keranjang pada bagian belakang sepeda motornya untuk meletakkan sayurannya. Selanjutnya, pedagang sayur keliling menjual produknya di kawasan yang padat penduduk, ditandai dengan banyaknya kawasan pemukiman penduduk sehingga pedagang dengan mudah untuk memasarkan dagangan mereka di tempat-tempat yang ramai.

Sesuai dengan kebijakan pemerintah yang melarang orang untuk berkerumun dan berkumpul [4]. Hal ini berdampak terhadap penjualan pada pedagang sayuran keliling yang berdampak pada tidak habis terjualnya sayur sehingga akibatnya sayuran tersebut tidak dapat dijual lagi esok harinya karena karakteristik dari sayuran yang mudah layu karena sayuran telah lama terpapar sinar matahari dan minimnya pengemasan yang baik [5].

Permasalahan - permasalahan yang dialami para penjual sayur keliling tersebut dapat diatasi jika para penjual sayur keliling menjual dagangannya dengan memperhatikan kemasan dan cara menjualnya. Melalui pengembangan konsep “abang sayur”, para pedagang sayur harus pandai menyajikan kemasan yang baik, seperti kemasan yang dikemas dalam plastik *wrap* ataupun dengan menggunakan *styrofoam*. Hal ini dilakukan untuk menjaga sayuran untuk tetap bersih, rapi dan segar untuk sampai ke konsume. Tidak hanya menjaga ke higienisan pada kemasan, tetapi juga dapat menarik perhatian calon konsumen karena seperti membeli di supermarket. Konsep abang sayur disini lebih mengutamakan kualitas, ke higienisan dan pelayanan sehingga pesanan sayur sampai ke pelanggan tepat waktu dan masih segar atau fresh. Selain meningkatkan volume penjualan konsep abang sayur disini dapat membantu para pedagang sayur keliling tetap memperoleh tambahan pendapatan di masa sulit sekarang ini.

Disamping menjaga ke higienisan dan kesegaran sayuran, penjual sayur keliling juga dibekali cara agar dapat menjual dan mempromosikan sayurannya secara online, baik melalui whatsapp ataupun instagram. Sehingga konsumen dapat berinteraksi antara penjual

21 dan pembeli. Makanan yang sehat adalah makanan yang tidak mengandung racun atau zat yang membahayakan bagi kesehatan, dan tidak membawa kuman penyakit [6].

Pemasaran secara online merupakan 18 paya terbaru dalam peningkatan penjualan. Bauran pemasaran merupakan keterpaduan perencanaan kegiatan pemasaran melalui empat kom 12 pon, yaitu produk, harga, promosi, dan distributor yang digabungkan bersama-sama [7]. Pemasaran elektronik (*e-marketing*) dapat dianggap sebagai sebuah pandangan baru dan praktik bisnis yang modern berkaitan dengan pemasaran barang, jasa, infor 24 mation, dan ide melalui internet serta perangkat elektronik lainnya [8]. Periklanan yang merupakan salah satu penentu keberhasilan program pemasaran yang mendorong hadirnya suatu produk yang dipromosikan [9].

13 Strategi pemasaran merupakan alat dasar yang dirancang untuk mencapai tujuan bisnis perusahaan yang mengembangkan keunggulan kompetitif melalui pasar yang dimasukinya dengan melalui program pemasaran yang digunakan untuk target pasar tersebut [10]. Dalam hal ini pemasaran sayuran yang dilakukan adalah kegiatan komunikasi antara seorang pedagang sayur keliling atau pemilik sayur dengan pelanggan untuk me 25 njual sayurannya. Sehingga strategi pemasaran sayuran merupakan serangkaian kegiatan yang diselenggarakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sehingga dengan menggunakan strategi yang tepat penjualan sayuran akan mengalami peningkatan.

Hal yang menjadi tantangan dalam pemberdayaan konsep “Abang sayur” adalah bagaimana cara memberikan keterampilan kepada para pedagang sayur keliling atau pemilik sayuran untuk dapat menerapkan pemasaran yang baik, higienis dan 23 dapat dalam pemasaran sayuran melalui online dan merubah pemikiran konvensional. Manfaat dari kegiatan ini adalah: a. Secara tidak langsung memberikan keterampilan kepada pedagang sayur keliling cara meningkatkan mutu dagang dan penjualan secara online; b. Membantu meningkatkan pendapatan pedagang sayur keliling; dan c. Konsep “abang sayur” akan dapat meningkatkan semangat sejumlah pedagang sayur keliling menjual sayurannya pada pelanggan secara tepat waktu dengan tetap menjaga kebersihan.

2. METODE KEGIATAN

6 Kegiatan PKM ini akan dilaksanakan di Desa Sumbergondo, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu dan di Kampus Univ 22 eritas Tribhuwana Tungadewi Malang, dengan waktu pelaksanaan kegiatan adalah selama 3 bulan yakni pada bulan Februari sampai dengan Maret 2022.

4 Dalam kegiatan ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif analisis, yaitu metode penelitian yang terjadi pada saat kegiatan sedang berlangsung yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan menyusunnya dalam suatu klasifikasi tertentu kemudian menganalisis data dan menyimpulkan hasil.

3. KARYA UTAMA

Kegiatan pemberdayaan pedagang sayur keliling di masa pandemi covid-19 berfokus pada tujuan peningkatan pendapat para pedagang sayur keliling melalui pemberdayaan pemuda desa dengan pemanfaatan karang taruna dan kelompok-kelompok pedagang sayur keliling, penyuluh pertanian dan pembukuan akuntansi mempermudah pencatatan keuangan serta lebih tertata, dan penyuluhan terkait pemasaran secara online atau digital pada upaya peningkatan penjualan di masa pandemi covid-19. Pemberdayaan sangat penting dalam penguatan suatu kelompok [11]. Dalam mencapai tujuan kegiatan pemberdayaan, sehingga dijelaskan lebih lanjut beberapa sub program.

Dalam metode pelaksanaan pada kegiatan pemberdayaan pedagang sayur keliling melalui tiga tahap, yang pertama tahap awal yaitu melakukan observasi dan diskusi kepada kelompok pedagang sayur keliling sehingga dapat mengidentifikasi masalah yang dihadapi dilapang, selanjutnya tahap kedua (pelaksanaan), memberikan penyuluhan terkait peningkatan penjualan produk melalui pemasaran secara online. Tahap terakhir yaitu monitoring dan evaluasi dari kegiatan pemberdayaan yang telah dilakukan. Berikut tabel metode pelaksanaan pemberdayaan dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan Pemberdayaan

Tahapan	Kegiatan
Tahapan pertama	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan sesi observasi dan diskusi antara pedagang sayur dan tim untuk mengetahui permasalahan dan kendala yang dihadapi pedagang sayur keliling dalam menjualkan produk sayur di masa pandemi. Konsultasi dan pemberian pemahaman terkait strategi peningkatan penjualan melalui pengemasan yang baik dan pemasaran secara online.
Tahap Kedua (pelaksanaan)	<ul style="list-style-type: none"> Memberikan materi-materi serta konsultasi terhadap strategi tepat dalam peningkatan penjualan dimasa pandemi melalui media online
Tahap akhir (pengawasan)	<ul style="list-style-type: none"> Monitoring dan evaluasi kegiatan yang telah berlangsung

4. ULASAN KARYA

Kegiatan pemberdayaan ini dilakukan pada bulan Februari 2022. Pelaksanaan pendampingan dan pemberdayaan pada para pedagang sayur keliling guna peningkatan penjualan sayur dikarenakan masih rendahnya penjualan akibat dampak pandemi Covid-19. Kegiatan dilaksanakan dengan bertahap dan sistematis. Pada tahap awal, tim Abdimas mengidentifikasi permasalahan serta hambatan yang terjadi dan dialami oleh pedagang sayur keliling dalam menjualkan produk sayurannya di masa pandemi. Sesi wawancara dan tanya jawab berlangsung yang diikuti beberapa pedagang sayur keliling lainnya. Hal yang menjadi penting untuk ditanyakan seperti seberapa berdampak pandemi terhadap

penjualan sayuran yang dijual dengan sistem keliling, selanjutnya permasalahan lain akibat keterbatasan mobilitas sayur keliling yang menjadi kendala dalam menjualkan sayurannya hingga bagaimana sistem pemasarannya dari mulai pedagang membeli sayur ke petani hingga menjualkan kembali dengan sistem keliling. Berdasarkan observasi dan sesi tanya jawab dengan kelompok pedagang sayur keliling sehingga ditemukan hasil identifikasi permasalahan atau hambatan yang dialami oleh pedagang sayur keliling, diantaranya yaitu penurunan omset penjualan akibat pemberlakuan pembatasan sosial di masa pandemi.



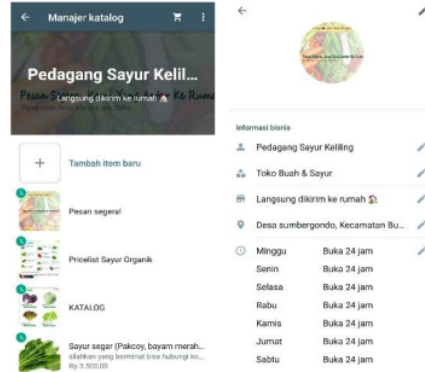
Gambar 1. Tim Adimas Melakukan Wawancara

Selanjutnya pada tahap kedua yaitu menyikapi hasil wawancara lapang, tim Abdimas memberikan penyuluhan terkait konsep “Abang Sayur” yaitu bagaimana cara memberikan keterampilan kepada para pedagang sayur keliling untuk dapat menerapkan pengemasan yang baik dan higienis dalam pemasaran. Berdasarkan hasil dari pemberdayaan pada pedagang sayur keliling, yang awalnya terdapat hambatan pemasaran akibat pelarangan berkerumun sehingga berdampak pada penjualan. Pendampingan dan pembimbingan diberikan dengan ikut terlibat langsung dalam proses awal. Selanjutnya pedagang sayur diberikan ilmu terkait penjualan melalui online, dengan melakukan pelatihan terkait pemasaran online. Kegiatan pelatihan diikuti oleh pedagang sayur keliling, pada tahap ini tim abdimas memperkenalkan cara baru dalam menjual sayur dengan sistem online seperti menjualkan sayur melalui *whatsapp bussiness*. Pemasaran secara online saat pandemi merupakan solusi dari jawaban permasalahan penurunan penjualan. Apalagi melihat karakteristik komodi²⁸ sayur yang tidak dapat bertahan lama dan harus dijual secepat mungkin. Keadaan pandemi saat ini membuat para pelaku usaha harus menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi agar usaha tetap terus berlangsung, sehingga peran pemasaran secara online menjadi salah satu jawaban dalam peningkatan penjualan.



Gambar 2. Tahap 2 Pendampingan Pemasaran Online

Tahap terakhir yaitu tahap evaluasi dan monitoring kegiatan yang telah dilaksanakan, sehingga didapatkan hasil yang ingin dicapai yaitu peningkatan pendapatan dengan konsep “Abang sayur” pemberdayaan pedagang keliling dengan menjualkan hasil sayur yang berkualitas baik, bersih dan menjualkan sayuran melalui sistem pemasaran online di *Whatsapp Business*.



Gambar 3. Pemasaran Melalui *Whatsapp Business*

31
5. DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Dengan kehadiran kegiatan pemberdayaan ini, akan memberikan dampak positif dan bermanfaat bagi para pedagang sayur keliling khususnya di Desa Sumbergondo, Kecamatan Bumiaji Kabupaten Batu. Pedagang termotivasi untuk dapat bertahan di masa pandemi dengan menggunakan pemasaran yang tidak hanya melalui penjualan secara langsung melainkan melalui online, dan juga dengan adanya pemberdayaan ini pedagang sayur keliling juga dibekali *softskill* seperti pengemasan yang baik dan higienis. Pada akhirnya kegiatan pemberdayaan ini dapat meningkatkan omzet penjualan dan kedepannya para pedagang sayur keliling dapat terus menjualkan sayur keliling dimasa pandemi. Pemahaman serta pengetahuan yang telah diberikan kepada pedagang sayur keliling selama kegiatan pemberdayaan dapat mengubah sudut pandang serta sikap untuk dapat berkreaitivitas. Berikut disampaikan hasil yang telah dicapai dalam pelaksanaan kegiatan pemberdayaan dengan konsep “Abang Sayur” yang ditampilkan pada tabel 2 dibawah ini.

2
Tabel 2. Hasil Kegiatan Pemberdayaan Sebelum dan Sesudah

No	Komponen	Keterangan		Grafik
		Sebelum PKM	Sesudah PKM	
1	Penjualan sayuran rata-rata yang terjual dimasa Pandemi/bulan	40%	70%	

No	Komponen	Keterangan		Grafik
		Sebelum PKM	Sesudah PKM	
2	Omset Penjualan/bulan	Rp. 1.000.000/bulan	Rp. 1.700.000/bulan	
3	Pengemasan	Belum terdapat pengemasan yang baik, pengemasan seadanya	Sudah memperhatikan pengemasan	
4	Label/Detail	Belum terdapat tanda atau informasi label	Sudah ada label jual	
5	Penjualan Online	Belum menjualkan melalui online, masih offline	Sudah menjualkan hasil melalui online di platform seperti whatsapp busines	
6	Laporan keuangan	Belum ada laporan keuangan	Telah memiliki laporan keuangan	

6. KESIMPULAN

Kegiatan pemberdayaan ini memberikan dampak dan manfaat yang baik bagi kelompok pedagang sayur keliling di Desa Sumbergondo, Kecamatan Bumiaji, Kota Malang. Pedagang sayur keliling mendapatkan arahan dan motivasi untuk tetap bertahan di masa pandemi dengan konsep “abang sayur”. Manfaat yang diperoleh dari kegiatan penyuluhan ini antara lain membantu meningkatkan pendapatan petani dan omset penjualan hingga 70%, pengemasan lebih baik, pemberian label jual, memiliki laporan keuangan dan penjualan produk melalui pemasaran online di *Whatsapp Business*. Konsep abang sayur akan dapat meningkatkan semangat para pedagang keliling untuk menjual sayurannya dengan pelanggan secara tepat waktu dengan tetap menjaga kebersihan walaupun di masa pandemi masih melanda saat ini. Harapannya perlu tindak lanjut serta kerjasama yang sinergis antara semua pihak yang terlibat dalam upaya kreativitas dan inovasi berbasis pemasaran online untuk dapat meningkatkan omset penjualan.

7. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Rektor, Dewan Pembina dan Pengawas Yayasan, LPPM, Kelompok pedagang sayur keliling Desa Sumbergondo, dan Tim Abdimas Universitas Tribhuwana Tungga Dewi.

8. DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. I. Fahrika and J. Roy, "Dampak pandemi covid 19 terhadap perkembangan makro ekonomi di indonesia dan respon kebijakan yang ditempuh," *Inovasi*, vol. 16, no. 2, 2020.
- [2] P. Kotler, *Marketing Management 14th Edition*, vol. 22, no. 4. 2012.
- [3] E. Fitriani, "Strategi Peningkatan Penjualan Produk Melalui Pemasaran Online Pada Pedagang Sayur Keliling Griya Bukit Mas Bandung." *Jurnal Pintra Abdimas*, Bandung, 2021.
- [4] N. K. Wardhani, "Penerapan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar di Indonesia dalam Prespektif Hukum dan HAM," *KELUWIH J. Sos. dan Hum.*, vol. 2, no. 1, 2021, doi: 10.24123/soshum.v2i1.3990.
- [5] Y. M. Samad, "Pengaruh Penanganan Pasca Panen Terhadap Mutu Komoditas Hortikultura," *J. Sains dan Teknol. Indones.*, vol. 8, no. 1, 2006.
- [6] H. N. Luthfeni, *Makanan yang Sehat*. DKI Jakarta: Azka Press, 2006.
- [7] H. Malau, *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, Cetakan Pe. Bandung: CV Alfabeta, 2017.
- [8] H. El-gohary, "E-Marketing - A literature Review from a Small Businesses perspective," *Int. J. Bus. Soc. Sci.*, vol. 1, no. 1, 2010.
- [9] F. Tjiptono, *Strategi Bisnis Pemasaran*. 2015.
- [10] G. Tambajong, "Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di Pt. Sarana Niaga Megah Kerta Manado," *J. EMBA*, vol. 1, no. 3, 2013.
- [11] N. Nazaruddin and O. Anwarudin, "Pengaruh Penguatan Kelompok Tani Terhadap Partisipasi Dan Motivasi Pemuda Tani Pada Usaha Pertanian Di Leuwiliang, Bogor," *J. Agribisnis Terpadu*, vol. 12, no. 1, 2019, doi: 10.33512/jat.v12i1.5530.

Pemberdayaan Pedagang Sayur Keliling Melalui Program “Abang Sayur” dalam Upaya Peningkatan Penjualan di Era Covid-19

ORIGINALITY REPORT

25%
SIMILARITY INDEX

24%
INTERNET SOURCES

10%
PUBLICATIONS

11%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.unhasy.ac.id Internet Source	2%
2	jurnal.dharmawangsa.ac.id Internet Source	2%
3	www.researchgate.net Internet Source	2%
4	jurnal.unigal.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to American Public University System Student Paper	1%
6	123dok.com Internet Source	1%
7	repository.uhamka.ac.id Internet Source	1%
8	www.ijitee.org Internet Source	1%

9	jurnal.usahidsolo.ac.id Internet Source	1 %
10	hrcak.srce.hr Internet Source	1 %
11	eprints.umm.ac.id Internet Source	1 %
12	openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id Internet Source	1 %
13	journal.stiemb.ac.id Internet Source	1 %
14	jurnalmka.fk.unand.ac.id Internet Source	1 %
15	Clarissa Victoria, Jaimee Tumewa Diets, Vania Kalyana, Peri Akbar Manaf. "The Effect of Sales Promotion, Self-Control, And Hedonism on Impulsive Buying In E-Commerce Platform During The Covid-19 Pandemic", 2021 International Conference on Informatics, Multimedia, Cyber and Information System (ICIMCIS, 2021) Publication	1 %
16	journal.ipm2kpe.or.id Internet Source	1 %
17	jkn.unitri.ac.id Internet Source	1 %

18	e-journal.stie-aub.ac.id Internet Source	1 %
19	journal.unilak.ac.id Internet Source	1 %
20	www.jurnal.id Internet Source	1 %
21	lampung.tribunnews.com Internet Source	<1 %
22	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
23	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
24	journals.stimsukmamedan.ac.id Internet Source	<1 %
25	al-irsyadsamsul.blogspot.com Internet Source	<1 %
26	ejurnal.itenas.ac.id Internet Source	<1 %
27	Amelda Pramezwary, Juliana Juliana, Billy Eagan, Feidora Jovanca Putri, Steven Setiadi. "PENGARUH IDENTITAS BRAND DAN STRATEGI PENJUALAN BURGER KING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN", Cakrawala - Jurnal Humaniora, 2021	<1 %

28

blog.iain-tulungagung.ac.id

Internet Source

<1 %

29

digilib.uinsby.ac.id

Internet Source

<1 %

30

lldikti11.ristekdikti.go.id

Internet Source

<1 %

31

repository.ubharajaya.ac.id

Internet Source

<1 %

32

"Community Empowerment, Sustainable Cities, and Transformative Economies", Springer Science and Business Media LLC, 2022

Publication

<1 %

33

Maryatun, Aulia Uswatun Khasanah. "Inovasi Produk untuk Peningkatan Ekonomi di Era Pandemi bagi Kelompok Usaha Bersama Kader Kesehatan", BEMAS: Jurnal Bermasyarakat, 2021

Publication

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off