

Pelatihan Kewirausahaan Pada Masa Pandemi COVID-19 Dengan Memanfaatkan Media Digital Bagi Para Remaja Lingkungan RT 04, Bambu Apus, Pamulang, Kota Tangerang Selatan

Citra Eliyani*, Syarifah Ida Farida, Dana, Budi Syamtoro, Ratnawati
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Jl. Surya Kencana, No. 1, Kec. Pamulang,
Kota Tangerang Selatan, Banten 15417, Indonesia

*dosen01776@unpam.ac.id

Kata Kunci:
pandemi COVID-19;
pelatihan
wirausaha;
media digital

Abstrak Pengabdian ini berjudul pelatihan kewirausahaan pada masa Pandemi COVID-19 dengan memanfaatkan media digital bagi para remaja lingkungan RT 04 Bambu Apus, Pamulang, Kota Tangerang Selatan. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan pelatihan kewirausahaan pada masa Pandemi COVID-19 dengan memanfaatkan media digital bagi para remaja. Metode yang digunakan adalah metode survey dan penyampaian materi secara langsung, serta simulasi dan diskusi dengan para remaja lingkungan RT 04 Bambu Apus. Hasil kegiatan ini adalah para remaja mendapat pelatihan langsung menjadi wirausaha dengan memanfaatkan media digital yaitu membuat toko sendiri di salah satu e-commerce serta dapat melakukan fotografi produk dengan memanfaatkan bahan baku di sekitar yang sudah tidak terpakai.

Keywords:
COVID-19
pandemic;
entrepreneurship
training;
digital media

Abstract This community service is titled training to be an entrepreneurship in the Pandemic COVID-19 by digital media at RT 04 Bambu Apus, Pamulang, South Tangerang City. The purpose of this community service activity is to provide entrepreneurs training during COVID-19 pandemic by utilizing digital media to teenagers. The methods used are survey methods and direct material delivery, social service as well as simulations and discussions with teenagers of RT 04 Bambu Apus. The resulted of this activity is that participants received direct training to become entrepreneurs by digital media, such as: they can make their own shops in an e-commerce and be able to make product photography by utilizing materials around which are no longer used.

PENDAHULUAN

COVID-19 merupakan penyakit menular, yang disebabkan oleh virus bernama SARS-COV-2. Penyakit ini seringkali disebut Virus Corona. COVID-19, yang dapat memberikan efek mulai dari flu yang ringan sampai kepada yang sangat serius setara atau bahkan lebih parah dari MERS-CoV dan SARS-CoV (Kirigia & Muthuri, 2020; Rosmiati, Junias, & Munawar, 2015). COVID-19 menular ke manusia merupakan penyakit baru, karena manusia belum punya kekebalan tubuh terhadap virus tersebut. Saat ini, peneliti di penjuru dunia masih berlomba-lomba mencari vaksin dan obatnya.

Penyebaran COVID-19 sangat cepat, yang ditandai dengan jumlah kasus dan jumlah kematian yang terus meningkat dan meluas lintas wilayah dan lintas negara. Selain itu berdampak pada aspek politik, ekonomi, sosial, budaya, pertahanan dan keamanan serta kesejahteraan masyarakat di Indonesia. Untuk itu dikeluarkanlah Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2020, tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19). Merujuk kepada Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah tersebut, beberapa Kepala Daerah yang di daerahnya meningkat penyebaran COVID-19 mengajukan PSBB ke Kementerian Kesehatan, termasuk di antaranya Provinsi Banten.

Dampak PSBB ternyata masih terasa sampai saat ini, terutama bagi para remaja yang notabene berstatus sebagai pelajar. Pada masa Pandemi COVID-19 saat ini, para pelajar masih diwajibkan belajar secara *online* atau tidak melakukan pembelajaran tatap muka di dalam kelas. Dengan demikian aktivitas pelajar pada masa sekarang lebih banyak menghabiskan waktu dengan bermain media digital baik saat aktivitas dalam proses belajar dan pembelajaran. Selain itu juga aktivitas interaksi sosial bersama teman-teman dan keluarga.

Tantangan remaja khususnya yang berstatus sebagai pelajar pada saat pandemi adalah bagaimana remaja tetap bisa melakukan aktivitas memanfaatkan media digital secara optimal. Tidak hanya sebagai media pembelajaran tetapi juga sebagai media berwirausaha tanpa harus membahayakan kesehatan diri dengan sering berinteraksi langsung secara fisik dengan orang lain. Remaja yang ingin menjadi wirausaha sukses harus memiliki karakter wirausaha. Salah satunya berinisiatif mencari peluang dalam kondisi apapun termasuk kondisi krisis saat terjadi pandemi seperti sekarang ini.

Dalam kewirausahaan, peluang hanya diperoleh apabila ada inisiatif. Perilaku inisiatif ini hanya akan diperoleh melalui pelatihan dan pengalaman. Untuk menanamkan

jiwa atau sikap wirausaha pada diri seseorang diperlukan pelatihan dan pembinaan untuk memberikan penjelasan dan pemahaman mengenai wirausaha (Susanto, Umam, & Pangesti, 2021).

Hal ini sesuai dengan remaja yang sedang mengalami perkembangan psikologis dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa. Pada masa awal kanak-kanan terjadi ketergantungan sosial ekonomi yang penuh terhadap orangtua dan keluarga, kemudian meningkat kepada keadaan relatif mandiri. Sehingga pada saat remaja merupakan waktu yang tepat untuk berlatih menjadi seorang wirausaha. Adapun wirausaha merupakan orang yang menciptakan sebuah bisnis yang berhadapan dengan risiko dan ketidakpastian. Selain itu bertujuan memperoleh profit dan mengalami pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi kesempatan dan memanfaatkan sumber daya yang diperlukan (Rosmiati, Junias, & Munawar, 2015).

Menurut (Fadiati & Purwana, 2011) dalam konteks kewirausahaan, terdapat dua terminologi yang berbeda secara konsep namun memiliki kesamaan dalam praktik. Kedua terminologi tersebut adalah *Entrepreneurship* dan *Interpreneurship*. *Entrepreneurship* dapat diartikan sebagai kemampuan mengelola usaha sendiri (menjadi bos/atasan untuk dirinya sendiri). Sementara *intrapreneurship* diartikan sebagai kemampuan menerapkan konsep wirausaha dalam mengelola usaha milik orang lain (memiliki bos/atasan yang bukan dirinya sendiri). Jiwa kewirausahaan mendorong minat seseorang untuk mendirikan dan mengelola usaha secara profesional.

Menurut (Sukirno, 2006), definisi dan pandangan terhadap kewirausahaan banyak dipengaruhi oleh pertimbangan ekonomi, psikologi, dan sosiologi. Seseorang yang bertekad untuk berkecimpung dibidang perusahaan dapat didorong oleh keinginannya sendiri (psikologi) yang didasarkan oleh bentuk dan cara berpikir.

Remaja termasuk wirausaha muda yaitu sebuah generasi yang enerjik, penuh semangat, menyukai tantangan, berhasrat untuk mengekspresikan dirinya, dan sering kali memiliki banyak ide-ide kreatif yang dapat direalisasikan menjadi sebuah bentuk usaha. Remaja atau *adolescence* berasal dari bahasa latin “*adolescence*” yang berarti tumbuh ke arah kematangan. Sedangkan kematangan yang dimaksud adalah bukan hanya kematangan fisik, namun juga kematangan sosial dan psikologis (Soetjiningsih, 2004).

Perubahan psikologis yang terjadi pada remaja meliputi intelektual, kehidupan emosi, dan kehidupan sosial. Perubahan fisik mencakup organ seksual yaitu alat-alat reproduksi sudah mencapai kematangan dan mulai berfungsi dengan baik (Sarwono, 2010). Hal senada diungkapkan oleh (Santrock, 2005) bahwa *adolescene* diartikan sebagai masa perkembangan transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosial-emosional.

Menjadi wirausaha sukses merupakan salah satu jalan agar mandiri secara finansial. Belajar menjadi wirausaha saat masih remaja menjadi pilihan tepat karena hal ini merupakan tugas perkembangan yang harus dilalui sebagai remaja yaitu belajar mandiri. Kemudian mencapai kebebasan dari ketergantungan pada orangtua atau orang dewasa lainnya.

Remaja dapat menjadi wirausaha yang sukses, butuh bimbingan atau pelatihan yang tepat dari orang yang lebih ahli dan berpengalaman. Menurut (Wibowo, 2016), pelatihan (*training*) dan pengembangan (*development*) merupakan investasi organisasi yang penting dalam sumber daya manusia. Supaya remaja dapat menjadi wirausaha yang sukses, butuh bimbingan atau pelatihan yang tepat dari orang yang lebih ahli dan berpengalaman. Pelatihan melibatkan segenap sumber daya manusia untuk mendapatkan pengetahuan yang baru seperti berbagai kesulitan dalam membuat situs. Seorang tenaga penjual yang baru dengan cara menjual produk perusahaan, atau seorang dan

keterampilan pembelajaran sehingga mereka segera akan dapat menggunakan dalam pekerjaannya.

Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*). Strategi digital *marketing* ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet (Purwana, Rahmi, & Aditya, 2017).

Perkembangan teknologi menjadikan internet sebagai bagian dari kehidupan masyarakat modern. Internet yang dapat menghubungkan pengguna yang terdapat di seluruh dunia di dalam suatu jaringan di manapun dan kapanpun mereka berada (Kusuma & Sugandi, 2018).

Berdasarkan hal-hal di atas, Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Universitas Pamulang (UNPAM) yang berjumlah empat orang dosen terpanggil untuk ikut serta membantu memecahkan persoalan yang dihadapi oleh remaja RT 04 Bambu Apus, Kota Tangerang Selatan. Untuk itu diadakanlah kegiatan PkM yang mengambil judul: “Pelatihan kewirausahaan pada masa Pandemi COVID-19 dengan memanfaatkan media digital bagi para remaja di lingkungan RT 04 Bambu Apus, Pamulang, Kota Tangerang Selatan”.

Tujuan umum dari kegiatan PkM ini sebagai upaya memberikan solusi bagi permasalahan remaja untuk mulai menjadi wirausaha yang produktif, khususnya bagi remaja di Bambu Apus, Kota Tangerang Selatan. Solusi yang ditawarkan dalam bentuk pelatihan pemasaran *online*. Melalui media digital *online* khususnya belajar fotografi produk agar yang dipasarkan menarik para konsumen. Indikator keberhasilan dalam program ini yaitu remaja yang dilatih mampu memahami dan menjelaskan, serta

mempraktikkan pemasaran *online* melalui media sosial dengan baik. Sebagai situs jejaring sosial media memiliki peran penting dalam pemasaran. Hal ini disebabkan, sosial media dapat memainkan peran komunikasi (Indoworo, 2016).

METODE

Pelaksanaan program pengabdian ini terdiri dari 4 (empat) tahap. Survei Kelompok Sasaran; pada tahap pertama untuk mendapatkan informasi mengenai lokasi pengabdian dan aspek-aspek lainnya dari wilayah sasaran. Persiapan dan Pembekalan; pada tahap kedua tim pengabdian mempersiapkan sarana dan prasarana yang akan mendukung kegiatan pelaksanaan pengabdian.

Adapun persiapan yang dilakukan yaitu mempersiapkan lokasi serta fasilitas yang akan digunakan dalam kegiatan pengabdian yang dipersiapkan secara bertahap dengan mempertimbangkan tingkat kebutuhan yang diperlukan oleh mitra di lingkungan sasaran pengabdian. Pelaksanaan; pada tahap ketiga metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu dengan melakukan tatap muka langsung dengan para peserta yang terdiri para remaja lingkungan RT 04 kelurahan Bambu Apus Tangerang Selatan. Memberikan pelatihan dan diskusi serta melakukan tanya jawab secara langsung.

Keberlanjutan Program; pada tahap akhir untuk keberlanjutan program pengabdian kedepannya, Tim Pengabdian akan tetap berusaha untuk melakukan pendampingan serta bekerja sama dengan pihak RT 04 Bambu Apus, Kota Tangerang Selatan supaya bisa tetap membina dan memberikan arahan kepada para peserta dalam pengabdian masyarakat. Karena dengan meningkatkan kualitas SDM otomatis ke depannya diharapkan mampu untuk membangun ekonomi masyarakat lebih inovatif, kreatif, dan produktif menjadi kunci keberhasilan tim pengabdian.

HASIL dan PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diselenggarakan pada 19 - 21 Maret 2021 yang bertempat di Aula Yayasan Mabror, RT 04 RW 01, Kelurahan Bambu Apus, Kecamatan Pamulang, Tangerang Selatan. Kegiatan pengabdian ini dilakukan oleh tim dosen Universitas Pamulang (Unpam) yang terdiri dari Citra Eliyani, Syarifah Ida Farida, Dana, Budi Syamtoro, dan Ratnawati.

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu kewajiban sebagai dosen selain pengajaran dan penelitian atau yang disebut dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Pengabdian kepada masyarakat merupakan suatu kewajiban bagi perguruan tinggi untuk ikut serta membantu berbagai persoalan yang dihadapi masyarakat. Jadi sudah selayaknya kehadiran perguruan tinggi dapat benar-benar dirasakan manfaatnya oleh masyarakat.

Sasaran dalam pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Bambu Apus, Kota Tangerang Selatan adalah para remaja lingkungan RT 04 (IRPAT) yang umumnya sudah memiliki media digital. Namun pada masa Pandemi COVID-19 ini masih belum maksimal memanfaatkan media tersebut untuk memulai berwirausaha. Dalam hal ini media sosial sebagai alat untuk memasarkan produk.

Survey Kelompok Sasaran

Pengabdian kepada masyarakat ini bermula dari survei yang dilakukan Tim PkM ke lokasi yaitu Bambu Apus, Kota Tangerang Selatan. Survei pendahuluan dilakukan untuk mengidentifikasi masalah atau kebutuhan yang perlu segera dicarikan solusinya. Berdasarkan hasil survei diketahui bahwa untuk dapat memulai menjadi wirausaha di tengah masa pandemi harus dapat memanfaatkan media digital *online* secara efektif. Sebab pada masa ini konsumen lebih banyak menghabiskan waktu di rumah.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki tujuan yaitu agar para remaja IRPAT Kelurahan Bambu Apus, Kota Tangerang Selatan memiliki pemahaman yang

tinggi mengenai pentingnya remaja menjadi wirausaha dengan pemanfaatan media digital. Selain itu remaja IRPAT Bambu Apus, Kota Tangerang Selatan juga akan memiliki tingkat kemampuan pemanfaatan media digital yang semakin baik. Para remaja dapat bersinergi dengan berbagai pihak serta mampu membangun *networking* dengan berbagai pihak yang akan mendukung mereka sehingga mampu mewujudkan mimpi menjadi wirausaha muda yang sukses.

Setelah kelompok sasaran sudah ditentukan, maka langkah selanjutnya tim dosen membuat proposal yang kemudian disetujui oleh LPPM Universitas Pamulang. Selanjutnya dilakukan koordinasi dengan berbagai pihak terkait untuk keberlangsungan kegiatan PkM tersebut.

Persiapan dan Pembekalan

Perencanaan merupakan suatu proyeksi tentang apa yang diperlukan dalam rangka mencapai tujuan yang bernilai. Perencanaan di dalamnya terdiri dari: (1) mengidentifikasi dan mendokumentasikan kebutuhan, (2) menentukan kebutuhan-kebutuhan yang perlu diprioritaskan, (3) spesifikasi terperinci hasil yang dicapai dari setiap kebutuhan yang diprioritaskan, (4) identifikasi persyaratan untuk mencapai tiap-tiap pilihan, (5) sekuensi hasil yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakan, (6) identifikasi strategi alternatif yang mungkin dan alat untuk melengkapi persyaratan dalam mencapai setiap kebutuhan. Jadi, perencanaan merupakan suatu proses untuk menentukan ke mana harus pergi dan mengidentifikasi persyaratan yang diperlukan dengan cara yang paling efektif dan efisien.

Pada tahap ini tim pengabdian mempersiapkan sarana dan prasarana yang akan mendukung kegiatan pelaksanaan pengabdian. Adapun persiapan yang dilakukan yaitu mempersiapkan lokasi dan fasilitas yang akan digunakan dalam kegiatan pengabdian.

Persiapannya dilakukan secara bertahap dengan mempertimbangkan tingkat kebutuhan yang diperlukan oleh mitra di lingkungan sasaran pengabdian.

Masalah yang dihadapi mitra yakni kurangnya kesadaran remaja bahwa media digital yang sudah mereka miliki dan penggunaan sehari-sehari sebetulnya sangat bermanfaat bagi ekonomi atau kemandirian finansial apabila dapat dimanfaatkan dengan efektif dan efisien yaitu sebagai media pemasaran produk. Berdasarkan permasalahan tersebut maka tim pengabdian berinisiatif untuk melakukan pelatihan menjadi wirausaha dengan memanfaatkan media digital pada masa Pandemi COVID-19 bagi para remaja di lingkungan RT 04 Bambu Apus, Kota Tangerang Selatan.

Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan untuk berbagi wawasan dan keterampilan menjadi wirausaha. Adapun sarana yang dimanfaatkan yaitu media digital agar remaja memiliki tingkat kemampuan pemanfaatan yang semakin baik. Selain itu dapat bersinergi dengan berbagai pihak dan mampu membangun *networking* dengan berbagai pihak yang akan mendukung mereka.

Melalui kegiatan ini peserta diharapkan mampu memahami bagaimana memanfaatkan media digital secara efektif. Terutama memasarkan produk melalui media sosial mereka. Selain itu peserta dapat membuat toko *online* sendiri di *e-commerce*.

Peserta juga mendapat pengalaman menarik melalui bimbingan narasumber dengan mendapatkan materi tentang foto produk agar produk yang dipasarkan di media digital *online* terlihat lebih menarik bagi konsumen. Misalnya, dengan cara yang mudah dan murah tanpa harus ke studio foto profesional yaitu dengan memanfaatkan kardus bekas untuk dijadikan mini studio foto.

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu melakukan tatap muka langsung dengan para peserta yang terdiri dari

para remaja IRPAT. Memberikan pelatihan dan diskusi serta melakukan tanya jawab secara langsung. Adapun pelatihan dengan menggunakan metode ceramah, diskusi, dan tanya jawab. Peserta sangat antusias mengikuti pelatihan sampai akhir dan dapat bersinergi dengan berbagai pihak serta mampu membangun *networking* dengan berbagai pihak yang akan mendukung mereka.



Gambar 1. Pemberian materi pelatihan menjadi wirausaha dengan memanfaatkan media digital



Gambar 2. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat

Keberlanjutan Program

Untuk keberlanjutan program pengabdian ke depannya, Tim PkM akan tetap berusaha melakukan pendampingan yang bekerja sama dengan RT 04 Bambu Apus, Kota Tangerang Selatan. Hal ini dimaksudkan agar bisa tetap membina dan memberikan arahan kepada para peserta. Sebab dengan meningkatkan kualitas SDM otomatis ke depannya diharapkan warga mampu membangun perekonomian yang lebih sejahtera dan mandiri dengan memanfaatkan berkembangnya teknologi yang semakin berkembang pesat.

Hal ini merupakan kunci keberhasilan tim pengabdian yang telah berhasil melakukan pembinaan ke arah yang lebih baik. Dengan demikian mampu memberikan manfaat bagi semuanya baik itu kepada remaja di lingkungan RT 04 Bambu Apus, Kota Tangerang Selatan khususnya, maupun kepada Tim PkM Universitas Pamulang.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui pentingnya menjadi wirausaha dengan memanfaatkan media digital pada masa Pandemi COVID-19. Selain itu untuk mengetahui cara menjadi wirausaha dengan memanfaatkan media digital secara efektif selama Pandemi COVID-19.

Hasil kegiatan ini adalah peserta mampu memahami pentingnya menjadi wirausaha dengan memanfaatkan media digital selama Pandemi COVID-19. Kemudian mengetahui cara menjadi wirausaha dengan memanfaatkan media digital secara efektif selama Pandemi COVID-19.

Adapun yang dilakukan yaitu dengan memanfaatkan media digital *online* secara efektif terutama dalam memasarkan produk melalui media sosial mereka. Misalnya, melalui Facebook, Instagram, dan WhatsApp. Kemudian peserta dapat

membuat toko *online* sendiri melalui *e-commerce*. Peserta juga mendapat pengalaman menarik melalui bimbingan narasumber seperti halnya dapat melakukan fotografi produk menggunakan studio foto mini yang dibuat dari barang-barang bekas, seperti kardus.

PENGHARGAAN

Ucapan terima kasih disampaikan kepada LPPM Unpam, Yayasan Sasmita Jaya, dan Yayasan Maburur, RT 04 RW 01 Bambu Apus, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan. Selain itu disampaikan pula terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berpartisipasi dalam mendukung kegiatan PkM ini. Mudah-mudahan dapat menjadi pengetahuan yang bermanfaat bagi semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadiati, A., & Purwana, D. (2011). *Menjadi Wirausaha Sukses*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Indoworo, H. E. (2016). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media. *Jurnal Informatika UPGRIS*, 2(1), 45-55.
- Kirigia, J., & Muthuri, R. R. (2020). The Fiscal Value of Human Lives Lost From Coronavirus Disease (COVID-19) in China. *BMC Research Notes*, 13(1), 1-5. doi:<https://doi.org/10.1186/s13104-020-05044-y>.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18-33.

- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17. doi:doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01.
- Rosmiati, Junias, D. T., & Munawar. (2015). Sikap, Motivasi, dan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(1), 21-30. doi:10.9744/jmk.17.1.21-30.
- Santrock, J. (2005). *Adolescence, Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga.
- Sarwono, S. W. (2010). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soetjningsih. (2004). *Tumbuh Kembang Remaja dan Permasalahannya*. Jakarta: Sagung Seto.
- Sukirno, S. (2006). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Susanto, R., Umam, K., & Pangesti, I. (2021). Menanamkan Jiwa Wirausaha pada Remaja. *KANGMAS: Karya Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 15-18. doi:https://doi.org/10.37010/kangmas.v2i1.191.
- Wibowo. (2016). *Manajemen Kerja*. Jakarta: Rajawali.