

**EDUKASI PEMBENTUKAN BISNIS KREATIF GIMMARI BIHUN,
GIMMARI NASGOR, DAN NUGGET TAHU (GIMMARI 4U)**

L. Jatmiko Jati

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis,
Universitas Bumigora NTB,
jatmiko@universitasbumigora.ac.id;

Ika Yuliana

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis,
Universitas Bumigora NTB,
Ika_yuliana@universitasbumigora.ac.id;

Logi Mulawarman

Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi Bisnis,
Universitas Bumigora NTB,
logi@universitasbumigora.ac.id;

Aryan Agus Pratama

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis,
Universitas Bumigora NTB,
aryan@universitasbumigora.ac.id;

Ni Nyoman Lian Urtiana (2003010017)

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis,
Universitas Bumigora NTB,
ninyomanlianurtiana@gmail.com;

Emy Wijayanty (2003010021)

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis,
Universitas Bumigora NTB,
emywijayanty@gmail.com;

ABSTRAK

Alur pengabdian ini dimulai dengan tim peneliti yang melakukan observasi ke masyarakat untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada di tengah masyarakat. Tim peneliti menemukan permasalahan yaitu para mahasiswa yang memiliki ide bisnis kreatif namun tidak memiliki pengetahuan, wawasan, dan kemampuan dalam membangun bisnis. Tim peneliti melakukan diskusi bersama mitra untuk menentukan bentuk pengabdian seperti apa yang sesuai dan dapat menyelesaikan permasalahan mitra. Setelah itu tim pengabdian bersama mitra menyepakati bentuk pengabdian. Bentuk pengabdian ini berupa edukasi dan pendampingan pembentukan bisnis dari awal yang mencakup teknik desain produk, teknik manajemen keuangan bisnis, manajemen pemasaran produk, dan analisis bisnis. Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah mahasiswa yang berasal dari Cakra, Mataram, NTB yang berjumlah 5 orang. Metode yang di gunakan dalam

pengabdian ini adalah *Metode Asset Based Communities Development*. Hasil pengabdian ini mampu menyelesaikan permasalahan yang di hadapi mahasiswa. Output dari kegiatan pengabdian ini adalah startup yang dikelola oleh mahasiswa.

Kata Kunci: *Ekonomi, Bisnis, Manajemen Usaha*

A. PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif mempunyai peran yang sangat strategis dalam membantu kemajuan ekonomi daerah (Eni, 2021). Implementasi konsep ekonomi kreatif dalam pengembangan bisnis kreatif merupakan solusi bisnis di era persaingan global. Bisnis kreatif memerlukan sumber daya manusia (SDM) sebagai modal utama dalam pengembangan ide dan pemikiran. SDM yang bagus akan menjadikan barang yang bernilai rendah menjadi bernilai jual tinggi. SDM yang bagus akan selalu berkaitan dengan generasi muda/mahasiswa, pada era gen Z saat ini para mahasiswa mempunyai potensi mengembangkan ide bisnis kreatif dan menjadi pelaku usaha akan membantu kemajuan ekonomi.

Mempunyai ide kreatif saja tidak menjamin keberlangsungan suatu bisnis, akan tetapi harus diimbangi dengan pengetahuan, wawasan, dan kemampuan dalam membangun bisnis. Masalahnya adalah masih banyak mahasiswa yang mempunyai ide yang bagus tetapi belum mempunyai pemahaman yang mendalam tentang membangun bisnis. Salah satu ide kreatif tersebut adalah cemilan sehat yang baik dikonsumsi masyarakat dari berbagai kalangan usia, cemilan ini bernama Gimhari 4U. Oleh karena itu peneliti melakukan pengabdian dengan memberikan edukasi dan pendampingan pembentukan bisnis dari awal yang mencakup teknik desain produk, teknik manajemen keuangan bisnis, manajemen pemasaran produk, dan analisis bisnis.

Fenomena saat ini sudah banyak beredar snack, baik *homemade* ataupun instant. Masyarakat Indonesia cenderung menyukai snack yang sifatnya instant dan siap saji. Maka dari itu sisi positif dari snack instant bagi perusahaan yaitu berbagai produsen berlomba-lomba menciptakan snack instant yang disukai masyarakat sehingga mereka mendapatkan keuntungan yang meningkat. Akan tetapi dampak negatifnya dari snack instant yang beredar dipasaran yaitu banyak mengandung bahan pengawet berupa penyedap rasa yang dikemudian hari akan menimbulkan berbagai macam penyakit. Disisi lain akibat munculnya snack-snack instant ini menyebabkan menurunnya konsumsi masyarakat akan makanan sehat.

Salah satu cemilan sehat yang baik dikonsumsi masyarakat segala kalangan usia yaitu Gimhari Gimhari Bihun, Gimhari Nasi Goreng & Nugget Tahu. Dimana Gimhari ini merupakan makanan khas korea yang berbahan dasar Bihun dengan sayuran kemudian di gulung menggunakan nori (rumput laut kering) lalu digoreng menggunakan tepung. Dimana Gimhari ini yang berbahan Bihun mengandung karbohidrat yang berguna sebagai cadangan energi, selanjutnya ada sayuran yang memiliki kandungan vitamin dan mineral dan yang terakhir yaitu penggunaan nori (rumput laut kering) memiliki kandungan vitamin, zat besi serta kalsium.

Gimmari ini banyak di gemari masyarakat baik anak-anak dan orang dewasa karena memiliki cita rasa yang enak, sehat, praktis dan di bandrol dengan harga sesuai kantong seluruh kalangan. Disini tim berinovasi mengubah isian Gimmari yang awalnya berisi Bihun & Sayuran menjadi isian Gimmari Nasi Goreng. Dimana inovasi ini tercetus karena tidak semua kalangan menyukai Bihun dan sayuran, sehingga tercetuslah ide bisnis ini karena rata-rata masyarakat Indonesia menyukai ayam dan nasi goreng. Inovasi mengubah isian tersebut juga berfungsi menjadi sumber energi bagi tubuh. Ide lainnya berupa variasi menu yaitu Nugget Tahu yang merupakan perpaduan antara tahu dengan wortel yang memiliki manfaat serta gizi baik untuk kesehatan tubuh, tahu memiliki kandungan protein yang tinggi diperoleh dari kedelai dan wortel memberikan kandungan vitamin A yang baik untuk kesehatan mata.

Tantangan yang dihadapi oleh mahasiswa untuk membuka bisnis mulai dari teknik desain produk, teknik manajemen keuangan bisnis, manajemen pemasaran produk, dan analisis bisnis menjadi fenomena yang banyak terlihat, maka dari itu perlu adanya edukasi pembentukan bisnis kreatif. Edukasi bisnis kreatif dilakukan di usaha Gimmari 4U, diharapkan dengan adanya pemberian edukasi mulai dari manajemen keuangan sampai pemasaran produk, bisnis Gimmari 4U bisa dikelola dengan baik.

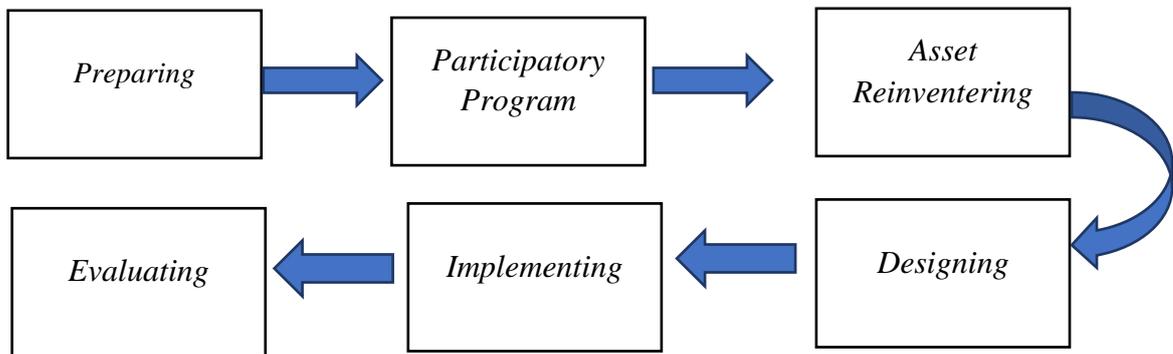
B. METODE PENELITIAN

Kegiatan ini dilaksanakan pada 28 Juli 2023. Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah mahasiswa yang berasal dari Cakra, Mataram, NTB yang berjumlah sembilan orang. Kegiatan ini dilaksanakan menggunakan pendekatan *Asset Based Communities Development (ABCD)*. *Asset Based Communities Development (ABCD)* adalah model pendekatan yang berfokus pada pengembangan masyarakat yang dipandang mendukung pada kegiatan pemberdayaan masyarakat (Ahmad, 2007). Ada enam tahap dalam ABCD yaitu *preparing, participatory program, asset reinventing, designing, implementing* dan *evaluating*.

Beberapa tahap yang dilakukan dalam merancang pengabdian ini. Pertama *preparing*, disini tim peneliti menyiapkan tim untuk melakukan observasi ke masyarakat untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada di tengah masyarakat. Kedua *participatory program*, selanjutnya tim peneliti melakukan observasi dan menemukan permasalahan yang terjadi yaitu para mahasiswa yang memiliki ide bisnis kreatif namun tidak memiliki pengetahuan, wawasan, dan kemampuan dalam membangun bisnis. Ketiga *asset reinventing* dimana tim peneliti melakukan diskusi bersama mitra untuk menentukan bentuk pengabdian seperti apa yang sesuai dan dapat menyelesaikan permasalahan mitra. Keempat *designing*, proses selanjutnya adalah menampung masukan dari mitra yang mengalami kesulitan dalam membuat bisnis, masukan tersebut dianalisis ke dalam proses SWOT. Kelima *implementing*, setelah tim peneliti menyusun rencana pengabdian dengan tim mitra, selanjutnya tim peneliti menyampaikan materi mulai dari visi dan misi, struktur organisasi, teknik desain produk, teknik manajemen keuangan bisnis, manajemen pemasaran produk, dan analisis bisnis.

Terakhir adalah *evaluating*, tim peneliti melakukan evaluasi dari kegiatan pengabdian.

Berikut kerangka kegiatan dalam pengabdian yang bertemakan Edukasi Pembentukan Bisnis Kreatif Gimmari Bihun, Gimmari Nasgor & Nugget Tahu (Gimmari 4U).



Gambar 1. Metode Pangabdian Menggunakan *Asset Based Communities Development* (ABCD)

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyampaian materi dengan metode *Asset Based Communities Development* (ABCD). adapun kegiatan dan pelaksanaannya dilakukan sebagai berikut:

1. *Preparing*

Pada sesi ini, dilakukan pembentukan tim untuk berdiskusi dan mengidentifikasi sasaran atau target dalam pengabdian. Setelah berdiskusi, akhirnya tim peneliti menyimpulkan harus melakukan observasi ke masyarakat terlebih dahulu untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada di tengah masyarakat. Melakukan observasi adalah hal yang penting untuk mengetahui sejauh mana permasalahan bisnis yang dialami oleh masyarakat.

2. *Participatory Program*

Pada proses *participatory program*, tim peneliti melakukan observasi dan menemukan permasalahan yang terjadi yaitu para mahasiswa yang memiliki ide bisnis kreatif namun tidak memiliki pengetahuan, wawasan, dan kemampuan dalam membangun bisnis. Ide bisnis kreatif yang dimiliki oleh mahasiswa adalah bisnis yang bernama Gimmari 4U.

Gimmari 4U menjual cemilan sehat, enak, praktis dengan harga terjangkau. Pengembangan ide bisnis yang diterapkan dalam bisnis Gimmari 4U yaitu mengganti bahan isian yang aslinya berisi Bihun dan Sayuran yang digulung menggunakan nori lalu di celupkan tepung dan di goreng menjadi isian nugget tahu dan nasi goreng dimana isian ini lebih di gemari oleh seluruh kalangan dibandingkan dengan isian bihun dan sayuran yang tidak semua kalangan menyukainya.

3. *Asset Reinventing*

Pada tahap ini, tim peneliti melakukan diskusi bersama mitra Gimmari 4U untuk menentukan bentuk pengabdian seperti apa yang sesuai dan dapat menyelesaikan permasalahan mitra. Selanjutnya tim pengabdian melakukan

diskusi internal lebih mendalam dan spesifik mengenai materi yang dibutuhkan oleh mitra Gimmari 4U. akhirnya Tim peneliti memutuskan akan memberikan edukasi dan pendampingan pembentukan bisnis dari awal yang mencakup teknik desain produk, teknik manajemen keuangan bisnis, manajemen pemasaran produk, dan analisis bisnis.

4. *Designing*

Setelah melakukan diskusi, proses selanjutnya adalah menampung masukan dari mitra yang mengalami kesulitan dalam membuat bisnis. masukan yang disampaikan mitra Gimmari 4U yaitu tantangan dalam pembentukan visi dan misi, struktur organisasi, manajemen keuangan, design produk dan manajemen pemasaran. Masukan yang diberikan oleh tim mitra Gimmari akan dianalisis ke dalam proses SWOT oleh tim peneliti.

5. *Implementing*

Pada proses implementasi ini, tim peneliti sudah menyiapkan materi edukasi yang akan disampaikan kepada Gimmari 4U. Hal ini juga sudah diakumulasi dari proses diskusi dan masukan dari permasalahan yang dihadapi mitra Gimmari 4U. Selanjutnya tim peneliti menyampaikan materi mulai dari visi dan misi, struktur manajemen, teknik desain produk, teknik manajemen keuangan bisnis, manajemen pemasaran produk, dan analisis bisnis.



Gambar 2. Penyampaian Materi Pengabdian

Tim pengabdian bersama mitra pengabdian membentuk usaha bernama Gimmari 4U yang merupakan usaha rumahan yang berlokasi di Jl. Sultan Hasanuddin Cakra. Gimmari 4U menjual cemilan sehat, enak, praktis dengan harga terjangkau. Pengembangan ide bisnis yang diterapkan dalam bisnis Gimmari 4U yaitu mengganti bahan isian yang aslinya berisi Bihun dan Sayuran yang digulung menggunakan nori lalu di celupkan tepung dan di goreng menjadi isian nugget tahu dan nasi goreng dimana isian ini lebih di gemari oleh seluruh kalangan dibandingkan dengan isian bihun dan sayuran yang tidak semua kalangan menyukainya. Selain melakukan inovasi isian tim pengabdian bersama mitra juga melakukan inovasi dalam bumbu yang dimana biasanya menggunakan sambal cair, diganti menggunakan saos pedas serta mayonaise dan bumbu teriyaki homemade. Kandungan nori kaya akan vitamin, zat besi, dan mineral yang baik

untuk tubuh. Selain itu terdapat daging ayam yang mengandung vitamin B6 yang sangat diperlukan tubuh untuk metabolisme karbohidrat, lemak, dan protein serta memproduksi sel darah merah. Bahan pelengkap dalam nasi goreng yaitu adanya telur, wortel, dan sosis yang juga memiliki kandungan vitamin berbeda-beda dalam memenuhi kebutuhan vitamin dalam tubuh menjadikan produk ini menyehatkan.

Pada tahap awal, tim pengabdian mempersiapkan seluruh peralatan dan perlengkapan untuk memulai usaha diantaranya: Penggorengan, spatula, kompor, baskon, tisu minyak, mika, kertas minyak, pisau, talenan, dan penyaring minyak. Setelah itu tim pengabdian mempersiapkan seluruh bahan untuk proses produksi seperti: Minyak goreng, tepung, bumbu-bumbu, dan bahan pelengkap. Setelah produk siap untuk dipasarkan, tim pengabdian dan mitra lalu melakukan promosi produk. Pada tahap awal promosi ini dilakukan melalui media sosial Instagram dan Whatsapp dengan cara membuat serta mengunggah konten menarik yang berkaitan dengan produk itu sendiri.



Gambar 3. Produk Gimmari 4U

Visi dan Misi Gimmari 4U

Visi dan misi memiliki kedudukan yang penting bagi organisasi, tidak terkecuali untuk sebuah bisnis. Visi dan misi sebagai bagian dari perencanaan strategis harus dibuat dengan sungguh-sungguh karena di dalamnya terkandung gambaran mengenai masa depan yang diidamkan. Visi dan misi yang baik adalah yang dibuat secara tertulis kemudian disosialisasikan kepada seluruh *stakeholder* organisasi atau bisnis, sehingga kesadaran akan masa depan yang diharapkan tidak hanya memandu para pemimpin organisasi, melainkan menjadi haluan seluruh warga dalam organisasi (Hamdan, 2001). Adapun Visi dan Misi Gimmari 4U yaitu:

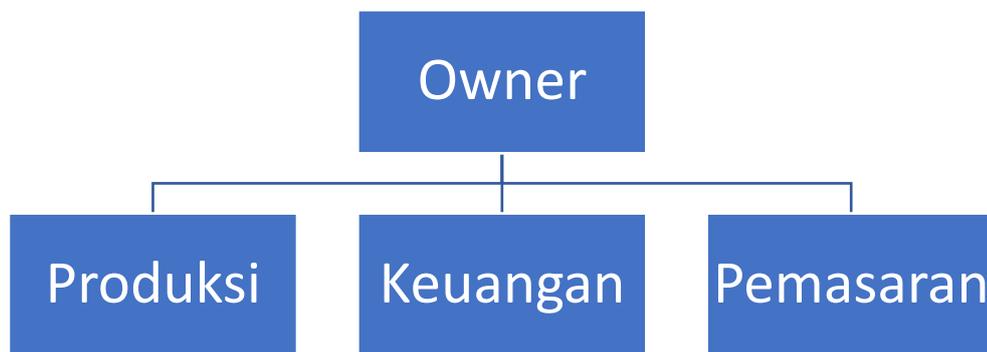
Visi: Menjadikan produk cemilan sehat, enak, praktis dengan harga murah sehingga dapat dikonsumsi semua kalangan masyarakat serta menjadi usaha homemade unggulan.

Misi:

- Memberikan pelayanan ramah kepada para pelanggan
- Memproduksi produk dengan bahan baku berkualitas dengan harga terjangkau
- Memberikan kualitas produk yang memuaskan
- Melakukan inovasi jenis makanan

Struktur Manajemen Gimmari 4U

Pengorganisasian adalah suatu proses pengklasifikasian dan pembagian aktivitas atau kegiatan kerja dalam tujuan yang diharapkan oleh sebuah organisasi. Pengorganisasian dapat membagi tugas dan tanggung jawab para pengurus suatu organisasi atau bisnis agar semua kegiatan operasional dapat berjalan secara efektif. Struktur organisasi mempengaruhi pengorganisasian karena struktur organisasi mengatur diantaranya pembagian tugas dan wewenang dalam suatu peta konsep organisasi sederhana (Putri, Maharani, 2022). Adapun struktur organisasi Gimmari 4U yaitu:



Gambar 4. Struktur Manajemen Gimmari 4U

Owner

- Menyediakan modal untuk berjalannya operasional usaha
- Membuat perencanaan bisnis serta strategi untuk menjalankan dan meningkatkan penjualan produk.
- Memberikan pengarahan kepada semua karyawan guna mencapai tujuan yang diinginkan.
- Memberikan reward atau hadiah apabila bisnis melebihi target yang di rencanakan.

Produksi

- Memastikan ketersediaan bahan baku.
- Mengontrol kondisi produksi agar tetap berjalan sesuai SOP guna menjaga konsistensi rasa, kualitas, dan tampilan produk.
- Mampu memenuhi kebutuhan pelanggan.

Keuangan

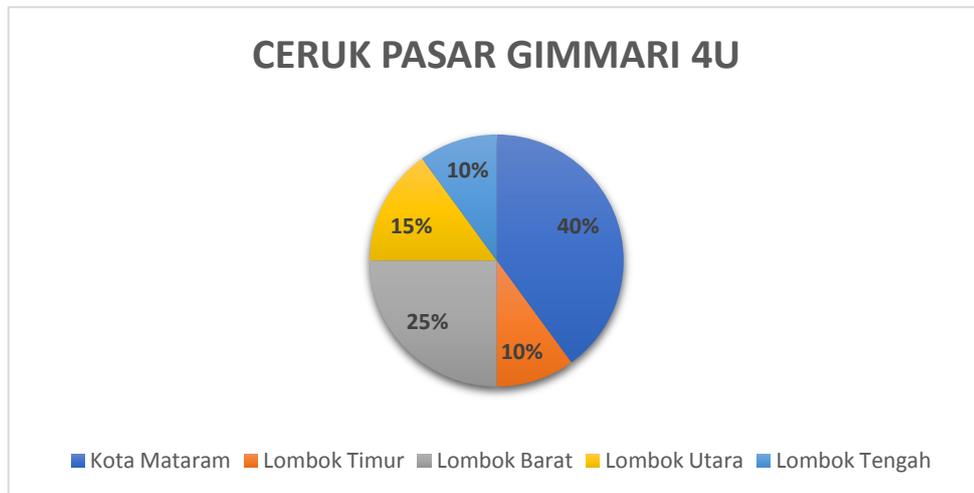
- a. Melakukan pengaturan arus keluar masuk dana yang dimiliki baik itu berasal dari modal owner atau hasil penjualan.
- b. Memeriksa dan melakukan survey harga bahan baku yang dibutuhkan.
- c. Membuat laporan keuangan

Pemasaran

- a. Memantau dan mengelola akun media sosial.
- b. Bertanggungjawab atas seluruh promosi produk.
- c. Membangun serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

Target Pasar

Segmentasi pasar untuk produk Gimmari 4U adalah semua kalangan dan tidak terbatas usia. Hal ini karena cemilan merupakan makanan yang sangat digemari oleh semua kalangan karena enak, praktis dan harga terjangkau.



Gambar 5. Ceruk Pasar Gimmari 4U

Tim pengabdian dan mitra menyepakati target pasar untuk produk Gimmari 4U yaitu semua kalangan namun tetap memiliki batasan usia antara target satu dengan yang lainnya sebagai berikut: Anak-anak usia 5-11 tahun, remaja usia 11-21 tahun, dan dewasa usia 21-40 tahun. Dari ketiga klasifikasi umur tersebut pastinya memiliki perbedaan selera makanan. Untuk mengatasi tantangan itu, tim pengabdian dan mitra melakukan inovasi yaitu merubah isian cemilan Gimmari yang diyakini akan disukai semua kalangan.



Gambar 6. Business Model Canva Gimmari 4U

Rincian Anggaran Usaha

Tabel 1. Rincian Anggaran Gimmari 4U

RINCIAN ANGGARAN BIAYA GIMMARI YUMMY					
BAHAN BAKU	HARGA	BAHAN ADONAN	HARGA	PELENGKAP	HARGA
1 kg Ayam	40,000	500 gr Tpg Terigu	7,500	Gas 3Kg	20,000
500 gr Wortel	5,000	500 gr Tpg Maizena	5,000	Kemasan Mika	10,000
500 gr Beras	5,500	100 gr Garlic Powder	3,500	Stiker	8,000
5 pcs Sosis	10,000	1 sdm Lada Bubuk	500		
5 butir Telur	10,000	2 pcs Kaldu Jamur	3,000		
1 pcs Bumbu Nasgor	2,000	Garam	500		
500 gr Tpg Roti	6,000	Gula Pasir	2,000		
20 lembar Nori	30,000	Air secukupnya	-		
Tpg Bumbu	5,000				
2lt Minyak Goreng	24,000				
TOTAL	137,500	TOTAL	22,000	TOTAL	38,000
TOTAL KESELURUHAN = 197.500					
PRODUK YANG DIHASILKAN	80 PCS				
HARGA 1 PCS	2,500				
1 PAKET ISI 4PCS	10,000				

Harga merupakan nilai uang yang ditentukan oleh produsen atau owner usaha dagang sebagai imbalan atau nilai jasa yang diperjual belikan guna memuaskan keinginan pelanggan. Harga jual produk ini Rp. 10.000 per paket dengan isi 4 pcs dengan harga per pcs Rp 2.500. Dengan harga tersebut konsumen

sudah dapat menikmati produk cemilan gimmari dengan porsi yang cukup banyak dan mengenyangkan.

Analisis Swot Gimmari 4U

Analisis SWOT digunakan sebagai alat untuk melakukan analisis strategi bagi perusahaan. Sebuah bisnis memerlukan strategi pemasaran yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, disaat yang sama dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman yang dimilikinya dengan menggunakan matrik SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) (Nafi'ah & Suryaningsih, 2022). Berikut adalah tabel analisis SWOT Gimmari 4U:

ANALISIS SWOT	PERMASALAHAN	PENYELESAIAN
STRENGTH (KEKUATAN)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku mudah di dapatkan baik di pasar atau supermarket. 2. Produk fresh dibuat langsung khusus PO. 3. Tidak menggunakan bahan pengawet. 4. Produk sehat dan higienis. 	-
WEAKNESS (KELEMAHAN)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya branding karena produk masih tergolong baru. 2. Harga bahan baku tidak stabil sehingga mempengaruhi harga jual. 3. Produk tidak bertahan lama karena tidak menggunakan pengawet. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan branding dengan membuat konten menarik seputar produk. 2. Mencari supplier lain agar menstabilkan harga jual. 3. Membuat produk hanya berdasarkan pesanan.
OPPORTUNITY (PELUANG)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. 2. Produk Gimmari 4U adalah produk yang inovatif. 	-
TREAT (ANCAMAN)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya pesaing yang menjual produk sama. 2. Masyarakat lebih mengenal makanan mewah daripada cemilan murah dan sehat. 3. Inflasi yang mempengaruhi harga bahan baku sehingga harga jual dapat meningkat. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tetap melakukan promosi agar produk dikenal masyarakat. 2. Memantau perkembangan dunia industri. 3. Membuat forecasting guna mengetahui keadaan kedepannya.

Tabel 2. Analisis SWOT Gimmari 4U

6. *Evaluating*

Pada proses ini tim peneliti melakukan evaluasi dari kegiatan pengabdian. Selanjutnya tim peneliti akan dioptimalkan melalui kegiatan mentoring lanjutan kepada mitra Gimmari 4U. Mentoring lanjutan ini dilakukan setelah kegiatan pada penyampaian materi. Tujuannya agar tetap bisa memberikan rekomendasi atau saran-saran yang dapat dipertimbangkan oleh Gimmari 4U.

D. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang pembentukan bisnis dari awal yang mencakup teknik desain produk, teknik manajemen keuangan bisnis, manajemen pemasaran produk, dan analisis bisnis. Adapun hasil dari kegiatan ini sebagai berikut:

1. Mitra Gimmari 4U memahami tentang *manage* keuangan dan memasarkan produk bisnis. Manajemen keuangan meliputi: penetapan harga produk, penghitungan keuntungan bisnis dan lain-lain. Pemasaran produk meliputi: target pasar yang sudah dianalisis.
2. Tim peneliti membantu Mitra Gimmari melakukan analisis SWOT terlebih dahulu untuk mengetahui gambaran mengenai bisnis yang dijalankan.

Selama pengabdian ini berlangsung terkait dengan topik pembahasan, Edukasi Pembentukan Bisnis Kreatif Gimmari Bihun, Gimmari Nasgor & Nugget Tahu (Gimmari 4U) tim peneliti merekomendasi kepada masyarakat yang mempunyai ide kreatif dalam membantu bisnis untuk :

1. Banyak berdiskusi kepada beberapa yang memiliki bisnis usaha, agar berani memulai bisnis usaha
2. Memperluas relasi untuk mengoptimalkan pemahaman tentang memulai bisnis
3. Untuk Gimmari 4U belajar untuk menerapkan teori yang dipahami dan diterapkan dalam bisnis yang dijalankan

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M. (2007). Asset Based Communities Development (ABCD): Tipologi KKN Partisipatif UIN Sunan Kalijaga Studi Kasus Pelaksanaan KKN ke-61 di Dusun Ngreco Surocolo, Selohardjo, Pundong, Bantul tahun Akademik 2007. *Aplikasia*, VIII(2), 104–113. <http://digilib.uin-suka.ac.id/8282/1/>
- Eni. (2021). Peningkatan Ekonomi Kreatif Masyarakat Melalui Pembuatan Kerajinan Bunga Dari Bahan Dasar Sabun Mandi DI Desa Kedaton Kecamatan Kapas. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 9, 106–111.
- Hamdan, Y. (2001). Pernyataan Visi dan Misi Perguruan Tinggi. *Ejournal Unisba*, 17(1), 90–103.
- Nafi'ah, E. ., & Suryaningsih, R. (2022). Analisis SWOT Sebagai Upaya Menentukan Strategi Pemasaran pada Usaha Depot Air Minum Isi Ulang Tirto Utomo Siwalan Mlarak Ponorogo. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(1), 43–62.
- Putri, Maharani, & N. (2022). Literature View Pengorganisasian: SDM, Tujuan Organisasi, dan Struktur Organisasi. *JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(3), 286–299.