

STRATEGI MEWUJUDKAN FOODPRENEURS PADA MAJLIS TA'LIM AN-NISAA**Widya Intan Sari¹, Rizka Wahyuni Amelia², Lina Nofiana³**

Universitas Pamulang

Email: dosen02451@unpam.ac.id**Abstract**

Every trial that Allah SWT gives always has wisdom that sometimes humans are unable to prevent, as currently being faced with getting a trial in the form of the Covid-19 virus. The Covid-19 virus is so that humans return to the teachings that have been exemplified by the Prophet Muhammad, especially in their business activities. This PkM (Community Service) aims to provide us with tips or strategies that must be carried out by business actors in the Foodpreneur sector in dealing with the Covid-19 Pandemic in Sharia business. Adapt to today's world conditions, so new strategies are needed in business management. The method used in this Community Service is the lecture method, starting from the selection of materials, preparation, selection of letters, giving effects and animation and appearance. The expected result of this Community Service is that the Majlis Taklim An-nisaa women in the future can become successful foodpreneurs with the businesses they are currently living.

Keywords: Foodpreneur; Sharia Business**Abstrak**

Setiap Cobaan yang diberikan Allah SWT selalu memiliki hikmah yang kadangkala manusia tidak mampu mencegahnya, seperti saat ini yang sedang dihadapi mendapatkan cobaan berupa virus Covid-19. Virus Covid-19 ini agar manusia kembali kepada ajaran-ajaran yang telah di contohkan oleh Nabi Muhammad SAW terutama dalam aktivitas bisnisnya. PkM (Pengabdian kepada masyarakat) ini bertujuan untuk memberikan kita-kiat atau strategi yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis usaha bidang *Foodpreneur* dalam menghadapi Pandemi Covid-19 dalam Syariah berbisnis, Strategi yang tepat akan mengantarkan pelaku usaha dalam bertahan di masa Pandemi sektor bisnis harus mampu beradaptasi dengan kondisi dunia saat ini, sehingga perlu adanya strategi-strategi baru dalam manajemen bisnisnya. Metode yang dilakukan dalam Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah metode ceramah, mulai dari pemilihan materi, penyusunan, pemilihan huruf, pemberian efek dan animasi dan tampilan. Hasil yang diharapkan dari Pengabdian Masyarakat ini adalah ibu-ibu Majlis Taklim An-nisaa kedepan bisa menjadi foodpreneur yang sukses dengan usaha yang sudah mereka jalani saat ini.

Kata Kunci: Foodpreneur, Syariah berbisnis

A. PENDAHULUAN

Saat ini banyak inovasi yang kita temui di bisnis makanan, mulai dari cara penyajian yang unik, varian rasa yang lebih beragam, hingga lokasi bisnis yang menarik untuk dikunjungi. Citarasa dan kreativitas yang tersaji itu tidak hadir begitu saja, tetapi lahir dari ide inovatif para *foodpreneur*. Namun pertanyaannya bagaimana untuk menjadi *foodpreneur* yang sukses? Karena kita melihat bahwa mayoritas pelaku UKM bergerak di bidang F&B, sehingga jelas kompetisinya sangat ketat dan keras. *Foodpreneur* atau *food entrepreneur* adalah wirausaha yang mengelola bisnis di bidang makanan dan minuman. Kategori bidang ini sendiri sangat beragam, mulai dari makanan dan minuman kemasan hingga yang siap dikonsumsi di cafe dan restoran. Jenis bisnis yang masuk dalam kategori garapan *foodpreneur* antara lain: bisnis kuliner, minuman siap saji, makanan dan minuman olahan, makanan dan minuman kemasan, mengelola franchise, dan menjadi distributor. Bisnis makanan dan minuman memang salah satu bisnis yang paling bertahan, meski dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil sekalipun. Alasan sederhananya, makanan dan minuman adalah kebutuhan primer manusia sehingga bisnis ini akan selalu dibutuhkan. Walaupun sempat terpukul selama pandemi, sektor ini kembali membaik pada pertengahan 2020. Badan Pusat Statistik mencatat jika sektor bisnis ini sudah mengalami pertumbuhan positif sebesar 0,22% ketika sektor lainnya masih negatif. Ini menunjukkan sektor bisnis makanan dan minuman relatif aman dalam jangka panjang.

Syarat utama menjadi seorang *foodpreneur* adalah punya passion di bidang makanan atau minuman sehingga mengerti standar rasa enak yang disukai konsumen. Orang yang memang tertarik di bidang santap menyantap dan pernah mencicipi berbagai masakan, pasti akan mengerti perbedaan rasa. Ini dapat meningkatkan rasa percaya diri ketika kita menawarkan produk makanan dan minuman kepada konsumen. Kemampuan mengolah dan menyajikan makanan adalah nilai tambah. Seorang *foodpreneur* yang punya passion di bidang makanan/minuman dilengkapi dengan kemampuan memasak sudah memiliki modal yang cukup. Kabar baiknya, memulai bisnis makanan tidak harus punya modal besar. Terkadang bisnis di bidang ini dimulai dari sebuah ketekunan, melalui proses uji coba di dapur milik pribadi lalu menawarkan produk makanan yang sudah jadi kepada orang-orang terdekat seperti teman dan kerabat.

Lebih lanjut, jika ingin usaha terus berkembang, kita harus meluangkan waktu untuk mengasah gergaji, yaitu melengkapi diri dengan skill dan pengetahuan kewirausahaan. Kalau hanya sibuk memproduksi dan menjual, lalu lupa mengembangkan kapasitas diri, kita hanya akan berkutat di level yang sama dan sulit naik kelas. Disini kita mengetahui bahwa usaha makanan dan minuman memiliki prospek yang bagus dan menguntungkan. Bisnis ini menyediakan kesempatan yang luas bagi siapa saja yang ingin menekuninya. Akan tetapi, pastikan diri memiliki passion yang kuat di bidang F&B dan mau untuk terus belajar. Kita harus menjadi *foodpreneur* yang inovatif, bukan hanya konvensional.

Berdasarkan hal tersebut, kami memilih Perumahan Bumi Tegar Beriman Residence, Ds. Tegal, Kec. Kemang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16120, dalam rangka mewujudkan Foodpreneurs pada Majelis Ta'lim An-Nissa.

B. METODE PELAKSANAAN

Metode dalam pelaksanaan pelatihan adalah cara yang digunakan untuk mengimplementasikan rencana yang sudah disusun dalam kegiatan nyata agar tujuan yang telah disusun tercapai secara optimal. Berikut beberapa metode pelatihan yang biasa digunakan pada saat proses pelatihan berlangsung. Metode Ceramah Metode ceramah

merupakan metode yang sampai saat ini sering digunakan oleh setiap pelatih. Metode Demonstrasi merupakan salah satu metode yang cukup efektif dalam proses pelatihan, karena dapat membantu siswa untuk mencari jawaban dengan usaha sendiri berdasarkan fakta atau data yang benar. Dokumentasi adalah suatu metode untuk mencari data variabel yang berupa catatan-catatan penting, transkrip nilai, buku, prasasti dan sebagainya (Suharsimi Arikunto 2006:130).

Metode pelaksanaan yang digunakan pada program kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kemudahan kepada masyarakat. Dalam kegiatan ini, metode yang digunakan adalah metode penjelasan, *sharing*, tanya jawab, diskusi dan praktek. Pada metode penjelasan, setiap instruktur menyampaikan materi terkait dan membuat tampilan visual berupa slide power point yang ditampilkan ke layar dengan alat LCD proyektor. Dalam penyuluhan ini, nara sumber berfokus kepada ibu-ibu majlis taklim An-Nisaa. Dimana strategi ini dipilih karena era saat ini adalah era *New Media*, dimana media sosial adalah cara yang murah dan efektif dalam melakukan penyebaran informasi.

Nara sumber dalam menyampaikan penjelasan juga memasukkan unsur "*sharing*" atau berbagi pengalaman mengenai penggunaan digital marketing dalam promosi bisnis yang dimiliki instruktur sehingga dapat memberikan gambaran lebih jelas kepada peserta. Pada metode praktik, peserta membawa perangkat elektronik (*smartphone*) mereka yang tersambung ke internet untuk sama-sama berlatih menggunakan media sosial. Peserta diajarkan bagaimana cara membuat akun media sosial, cara membuat materi posting yang menarik dan mudah dicari, dan kapan harus mengunggah post.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari segi etimologis perkataan "Majelis Taklim" berasal dari bahasa Arab, yang terdiri atas dua kata, yaitu majelis dan taklim. Majelis artinya tempat duduk, tempat sidang, dewan, dan taklim diartikan pengajaran. Dengan demikian, secara bahasa "Majelis Taklim" adalah tempat untuk melaksanakan pengajaran atau pengajian agama Islam. Adapun pengertian majelis taklim menurut istilah, sebagaimana yang dirumuskan pada musyawarah Majelis Taklim se-DKI Jakarta tahun 1980 adalah lembaga pendidikan non-formal Islam yang memiliki kurikulum sendiri, diselenggarakan secara berkala dan teratur, dan diikuti oleh jamaah yang relatif banyak dan bertujuan untuk membina dan mengembangkan hubungan yang santun dan serasi antara manusia dengan Allah swt, antara manusia dengan sesamanya dan antara manusia dengan lingkungannya dalam rangka membina masyarakat yang bertakwa kepada Allah Swt.

Berdasarkan pengertian di atas, tampak bahwa penyelenggaraan Majelis Taklim berbeda dengan penyelenggaraan pendidikan Islam lainnya, seperti pesantren dan madrasah, baik menyangkut sistem, materi maupun tujuannya. Pada Majelis Taklim terdapat hal-hal yang membedakan dengan yang lain, yaitu: Majelis Taklim adalah lembaga pendidikan non-formal Islam; Waktu belajar berkala tetapi teratur, tidak setiap hari sebagaimana halnya sekolah dan madrasah; Pengikut atau pesertanya disebut jamaah (orang banyak), bukan pelajar atau santri. Hal ini didasarkan kepada kehadiran di Majelis Taklim tidak merupakan kewajiban sebagaimana dengan kewajiban murid menghadiri sekolah atau madrasah. Tujuannya yaitu memasyarakatkan ajaran Islam. Jadi, Majelis Taklim adalah suatu komunitas muslim yang secara khusus menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran tentang agama Islam. Karena pentingnya Pendidikan atau pengetahuan tentang Islam, oleh karena itu ibu-ibu di perumahan Bumi Tegar Beriman Residence khususnya blok C bawah memutuskan untuk membentuk Majelis Taklim dengan nama An-Nisaa. Dimana maksud pembentukan majelis ini

yang pertama adalah menambah pengetahuan tentang agama Islam dan yang kedua untuk mempererat hubungan dengan tetangga satu sama lain. Majelis Taklim An-Nisaa ini diketuai oleh Ustadzah Nurfitriya Islamiati, Dwi Oktavia sebagai sekretaris dan Uci Handayani sebagai Bendahara. Kegiatan dalam majelis ini dilakukan 2 kali dalam sebulan dimana pelaksanaannya adalah hari minggu. Kegiatan Majelis diawali dengan doa bersama, kemudian dilanjutkan dengan membaca Alquran dan diakhiri dengan Ceramah atau pemberian ilmu oleh Ustadzah Aay.

Majelis Taklim An-Nisaa sendiri memiliki anggota sebanyak 39 orang ibu-ibu dimana mayoritas adalah sebagai ibu rumah tangga sekaligus pelaku usaha contohnya ada yang berjualan pakian/baju, aneka frozen food, kue basah, catering dll. Menjelang idul fitri kegiatan ibu-ibu Majelis Taklim An-Nisaa adalah membuat kue kering bersama-sama kemudian memasarkannya dimana keuntungannya akan dibagi rata kepada yang ikut membuat kue kering tersebut.



Gambar 1
Logo Majlis Taklim An-Nisaa

Diberi nama An-Nisaa karena salah terinspirasi dari salah satu surah dalam Alquran yaitu Qs. An-Nisa yang berarti Wanita. Berharap Majelis Taklim ini menjadi wadah yang positif bagi ibu-ibu di Bumi Tegar Beriman Residence Blok C bawah dan juga merupakan tempat para Wanita atau ibu-ibu dalam mencari ilmu agama ditengah kesibukannya masing-masing. Setiap Cobaan yang diberikan Allah SWT selalu memiliki hikmah yang kadangkala manusia tidak mampu mencegahnya, seperti saat ini yang sedang dihadapi mendapatkan cobaan berupa virus Covid-19. Virus Covid-19 ini agar manusia kembali kepada ajaran-ajaran yang telah di contohkan oleh Nabi Muhammad SAW terutama dalam aktivitas bisnisnya. PkM (Pengabdian kepada masyarakat) ini bertujuan untuk meberikan kita-kiat atau strategi yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis usaha bidang *Foodpreneur* dalam menghadapi Pandemi Covid-19 dalam Syariah berbisnis, Strategi yang tepat akan mengantarkan pelaku usaha dalam bertahan di masa Pandemi. Sektor bisnis harus mampu beradaptasi dengan kondisi dunia saat ini, sehingga perlu adanya strategi-strategi baru dalam manajemen bisnisnya.

Peserta yang hadir sebanyak 30 ibu-ibu majlis taklim yang terdiri dan para dosen dan Mahasiswa Universitas Pamulang. Kegiatan dilaksanakan melalui diskusi tanya jawab, dengan cara para narasumber memberikan penyuluhan dan diikuti oleh para peserta yang kumpul di Aula yang antusias menyimak menggunakan sebuah laptop yang disambungan ke

LCD. Kegiatan berjalan baik dan lancar, banyaknya peserta yang antusias untuk bertanya, berdiskusi dan praktek langsung menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk melalui online yang menjadikan para nara sumber lebih bersemangat lagi untuk memberikan penyuluhan. Setiap Cobaan yang diberikan Allah SWT selalu memiliki hikmah yang kadangkala manusia tidak mampu mencegahnya, seperti saat ini yang sedang dihadapi mendapatkan cobaan berupa virus Covid-19. Virus Covid-19 ini agar manusia kembali kepada ajaran-ajaran yang telah di contohkan oleh Nabi Muhammad SAW terutama dalam aktivitas bisnisnya. PkM (Pengabdian kepada masyarakat) ini bertujuan untuk memberikan kita-kiat atau strategi yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis usaha bidang *Foodpreneur* dalam menghadapi Pandemi Covid-19 dalam Syariah berbisnis, Strategi yang tepat akan mengantarkan pelaku usaha dalam bertahan di masa Pandemi.

Sektor bisnis harus mampu beradaptasi dengan kondisi dunia saat ini, sehingga perlu adanya strategi-strategi baru dalam manajemen bisnisnya. Hasil analisis yang dilakukan oleh *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) menunjukkan bahwa adanya pandemic Covid-19 berdampak pada ancaman besar krisis ekonomi dimana ditandai dengan berhentinya aktivitas dari produksi di berbagai negara, merosotnya tingkat dari konsumsi dalam masyarakat, berkurangnya hingga kehilangannya kepercayaan dari konsumen, harga saham dalam bursa yang jatuh dan berakhir kepada ketidakpastian (OECD Secretary General, 2020). Kondisi ini menjadikan adanya perubahan besar dari cara hidup manusia di seluruh dunia, adapun sebagai konsumen maupun sebagai produsen. Oleh karena itu perlu di sadari bahwa keberadaan manusia di dunia bukanlah tujuan utama dalam hidup, sehingga apapun yang terjadi baik resesi maupun ancaman kesehatan dunia bisa dihadapi dengan penuh keikhlasan dan ketenangan. Islam mengajarkan kepada pemeluknya dimana hidup di dunia hanyalah sementara dan keberadaan manusia di dunia hanya untuk mengumpulkan bekal yang nantinya mendapatkan balasan yang sesuai di akhirat. Penciptaan manusia sudah di rancang oleh Sang Pencipta dimana sudah jelas tertulis dalam Al Quran Surat At Thalaq ayat 12 yang menyatakan bahwa Allah-lah yang menciptakan tujuh langit dan seperti itu pula bumi, perintah Allah berlaku pada manusia agar manusia mengetahui bahwasanya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu dan sesungguhnya ilmu Allah benar-benar meliputi segala sesuatu. Begitu juga pada Al Quran Surat Adzariyat ayat 56 dimana di nyatakan bahwa Allah menciptakan jin dan manusia hanya supaya untuk menyembah Allah. Oleh karena itu setiap kegiatan manusia di muka bumi ini tidak boleh terlepas dari perintah-perintah dan aturan agama Islam yang telah ditetapkan, hal tersebut dilakukan untuk tercapainya tujuan diciptakannya manusia (Norvadewi, 2015).

Begitu juga dalam aktivitas bisnis terutama di masa pandemic Covid-19 ini. Bisnis dilakukan bukan untuk semata-mata mencari keuntungan namun merupakan bentuk pelaksanaan ibadah sehingga pencapaian tujuannya yaitu berupa kebermanfaatan dan keberkahan dari aktivitas bisnis tersebut. Kondisi apapun yang terjadi bagi seorang Muslim bukanlah alasan untuk berhenti dan menyerah, maka dari itu perlu adanya analisis dari Al Qur'an dan Al Hadits sebagai pedoman hidup utama aktivitas bisnis tersebut (Rusli, 2012). Kegagalan berkembang yang dialami oleh berbagai pelaku industri kuliner ini tentu disebabkan berbagai faktor. Menurut riset yang didapat sebuah platform edukasi bisnis kuliner online, ada beberapa kesalahan yang menyebabkan banyaknya pebisnis kuliner di Indonesia gulung tikar, di antaranya: ***Manajemen keuangan yang buruk***. Banyak pebisnis kuliner, khususnya para pelaku baru, yang tidak menguasai betul masalah keuangan. Padahal keuangan adalah jantung utama sebuah bisnis. Acuhnya pemilik bisnis untuk mempekerjakan seorang staf atau bekerja sama dengan seseorang yang cakap dalam keuangan semakin

memperburuk bisnis; **Lemah dalam mengontrol operasional**. Operasional sama pentingnya dengan keuangan. Dimana lemahnya kontrol operasional sangat berdampak besar terhadap mutu produk dan efisiensi biaya. Apabila hal ini terabaikan, maka menjadi permasalahan yang semakin membesar; **Kesalahan dalam mengantisipasi kompetitor**. Keberadaan kompetitor merupakan ancaman utama di setiap bisnis. Meski misalnya suatu bisnis kuliner telah 'outstanding' dibanding kompetitor lain, manajemennya perlu tetap mengantisipasi persaingan; **Kurang pengetahuan dan pengalaman dalam bisnis kuliner**. Ini merupakan hal paling esensial yang harus dikuasai oleh seseorang sebelum ia mendirikan bisnisnya. Tanpa pengetahuan dan pengalaman yang cukup, pebisnis kuliner pasti kewalahan menghadapi berbagai permasalahan yang bermunculan sepanjang jalan.



Gambar 2

Foto Hasil Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil kegiatan PkM di Majelis Taklim di lokasi berjalan dengan lancar. Meski pada masa PSBB namun dengan tetap melaksanakan protocol sesuai anjuran pemerintah setempat Peserta terlihat antusias mengikuti penyuluhan walau keterbatasan sarana prasana. Penyuluhan sosial media memberikan kemudahan masyarakat dalam melakukan kegiatan yang positif dan inovatif agar lebih dikenal masyarakat luas sehingga dapat menumbuhkan semangat berwirausaha untuk para ibu-ibu majelis ta'lim, An-Nissa.

Saran

Berikut adalah beberapa saran untuk ibu-ibu Majelis Ta'lim An-Nissa maupun masyarakat dalam meningkatkan potensi diri dalam meningkatkan foodpreneurs:

1. Perbanyak jaringan dari komunitas karena siapa tau kita dipertemukan dengan orang yang punya modal karena kita bisa mengajak bersyirkah dengan orang yang punya modal dan kita sebagai pengelola usaha nya.

2. Jika tidak ada uang untuk modal gunakan asset yang kita punya dengan cara menjualnya, misal: punya motor Vario kemudian kita ganti dengan motor shogun sisanya bisa kita gunakan untuk modal usaha.
3. Strategi rebranding, undang sebanyak-banyaknya teman/kerabat/saudara di jam yang berbeda untuk meramaikan tempat usaha, misal : usaha café. Agar terkesan tempat usaha yang kita dirikan selalu ramai pengunjung. Ikuti tren saat ini, misal: spot foto kekinian yang instrgramable.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, 2013, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, CV Alfabeta, Bandung.
- Arikunto, Suharsimi 2010, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*. Edisi Revisi, Rineka Cipta. Jakarta
- Ariyanto, A., Sudarsono, A., Ivantan, I., Akbar, M. F., & Munarsih, M. (2020). Pengembangan Potensi Destinasi Wisata Curug Angkrek melalui Media Sosial di Kp. Cimuncang, Desa Karangnunggal, Kabupaten Tasikmalaya Jawa Barat. *BAKTIMAS: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 2(2), 95-99.
- Ariyanto, Aris 2019, *The Influence of Price and Service Quality on Customer Satisfaction at PT Sarana Estate*
- Assauri, 2012, *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Atik dan Ratminto, 2012, *Manajemen Pelayanan*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Daryanto, 2011, *Strategi Menaklukkan. Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Cetakan Ketiga. Gramedia, Jakarta.
- Effendi M. Guntur, 2010, *Transformasi Manajemen Pemasaran+Membangun. Citra Negara*. Sagung Seto, Jakarta.
- Gaurav Bahl (2019) Co-Founder dari Koolchas dalam artikel berjudul ‘How to Be a Successful Foodpreneur?’
- Ghozali, 2012, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Undip. Semarang.
- Hasan, 2009, *Marketing*, Media Pressindo, Yogyakarta.
- Hasibuan, 2009, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi, PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Indonesia, M. P. R. (2020). Surat Edaran Nomor 12 Tahun 2020 Tentang tentang Pemulihan Aktivitas Perdagangan yang Dilakukan pada Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) dan New Normal.
- Jhon D. Millet, 2012, *Management in the public service: The quest for effective performance*. New York: McGraw-Hill.
- Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa P-ISSN: 2528-0244 Vol. 06 No. 02 Oktober 2021 E-ISSN: 2745-7621.
- Kotler dan Amstrong, 2012, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. Erlangga, Jakarta.

- Kurniali, S. (2009). Peran Media Sosial Di Internet Pada Penerapan Proses Knowledge Management. Skripsi. Program Studi Manajemen Sistem Informasi Bina Nusantara Jakarta; 8-9.
- Legawa, Aby. 2008. *Komponen Produk Pariwisata dengan Acuan Khusus*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Mahendrawaty, Nanih dan Agus Ahmad Syafe'i. 2001. Pengembangan Masyarakat Islam: dari ideology strategi sampai strategi. Bandung: PT.Rosdakarya
- Mukhlis, Mukhamad Memasyarakatkan Shodaqoh melalui Pendidikan Agama Islam Studi Permasyarakatan Shodaqoh di PPPA Daarul Qur'an
- Munarsih, M., Akbar, M. F., Ariyanto, A., Ivantan, I., & Sudarsono, A. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa Untuk Berwirausaha Pada Smk Muhammadiyah Parung-Bogor. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 3(1), 22-28.
- Norvadewi. (2015). Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Al Tijary*, 01(Desember), 33–46.
- Rangkuty, 2009, *Riset Pemasaran*, Gramedia pustaka Utama, Jakarta.
- Robbins dan Coulter, 2014, *Manajemen*, Edisi ke sepuluh jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Rosvita, 2010, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaua terhadap Keputusan Pembelian Teh siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Rulli Nasrullah, 2016, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*, Cet.kedua, Simbiosis Rekatama Media, Bandung
- Safroni, 2012, *Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik dalam Konteks Birokrasi Indonesia*. Aditya Media Publishing, Surabaya
- Saladin, 2011, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*, Edisi Lima, Linda Karya, Bandung.
- Shinta Agustina, 2011, *Perilaku Konsumen : Afeksi Konsumen*, Lab, Manajemen Agribisnis/Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya, Malang.
- Solihin, D., Ahyani, A., & Susanto, N. (2022). Pelatihan Pemanfaatan Media Promosi Online Untuk Memperluas Pemasaran Produk Bagi Pac Gerakan Pemuda Anzor Di Kecamatan Pagedangan Tangerang. *DEDIKASI PKM*, 3(2), 239-243. doi:<http://dx.doi.org/10.32493/dedikasipkm.v3i2.20191>
- Sugiyono, 2015, *Metodologi Penelitian Manajemen*, Alfabeta, Bandung.
- Supardi, 2013, *Aplikasi Statistik Dalam Penelitian*, PT Prima Ufuk Semesta, Jakarta.
- Supranto, 2012, *Metode Riset Aplikasinya Dalam Pemasaran*, Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Swastha dan Irawan, 2011, *Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, 2014, *Pemasaran Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta.