



## Pengembangan Kesejahteraan Anggota Melalui Implementasi Strategi Manajemen Pendidikan Bisnis di Outlet Ngunut Community (ONC) Tulungagung

### *Developing Member Welfare Through Implementing Business Education Management Strategies at the Ngunut Community (ONC) Tulungagung Outlet*

Muh Ibnu Sholeh<sup>1</sup>, Sevia Umi Wardini<sup>2</sup>, Ulvia Fatkurin Fuad<sup>3</sup>, Fakhruddin Al Farisy<sup>4</sup>, Sutrisno<sup>5</sup>, M. Zaki Maulana<sup>6</sup>

<sup>1-6</sup> STAI Kh Muhammad Ali Shodiq, Tulungagung

Email: [indocellular@gmail.com](mailto:indocellular@gmail.com)<sup>1</sup>, [viasevia117@gmail.com](mailto:viasevia117@gmail.com)<sup>2</sup>, [ulvia.fuad@gmail.com](mailto:ulvia.fuad@gmail.com)<sup>3</sup>.

[Farisy.inside@gmail.com](mailto:Farisy.inside@gmail.com)<sup>4</sup>, [sutrisnomp@stai-mas.ac.id](mailto:sutrisnomp@stai-mas.ac.id)<sup>5</sup>, [zakimaulana1905@gmail.com](mailto:zakimaulana1905@gmail.com)<sup>6</sup>

Korespondensi penulis: [indocellular@gmail.com](mailto:indocellular@gmail.com)

#### Article History:

Received: 30 September 2023

Revised: 30 Oktober 2023

Accepted: 20 November 2023

**Keywords:** *Development, Implementation, Business Strategy.*

**Abstract.** *This community service program is carried out in the Ngunut area, Tulungagung Regency, with activity partner ONC. The problems faced include economic growth and technological developments emphasizing the need for ONC to remain competitive and sustainable. Tight competition in the local market, the need for updated technological knowledge, and business sustainability challenges are the main focus. Solutions carried out through the latest training provide a solid foundation for their self-development. Strategic collaboration with activity partners and analysis of new business opportunities are the foundation for developing business models that are not only innovative but also sustainable. Technology enablement and implementation of digital marketing strategies were key steps in improving ONC's operational efficiency and increasing their visibility in the tight local market. outreach on business sustainability provides better understanding for ONC members, helping them reduce environmental impacts and increase resource efficiency. As an integral part of this program, monitoring and evaluation are carried out strictly to measure the impact of each step taken. Thus, the community service program not only provides an immediate solution to the challenges ONC faces, but also forms the basis for long-term investment, supporting the growth and sustainability of their business in the future.*

**Abstrak.** Program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di wilayah Ngunut Kabupaten Tulungagung, dengan mitra kegiatan ONC. Permasalahan yang dihadapi antara lain Pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi menekankan perlunya ONC untuk tetap bersaing dan berkelanjutan. Persaingan ketat di pasar lokal, kebutuhan pembaruan pengetahuan teknologi, dan tantangan keberlanjutan usaha menjadi fokus utama. Solusi yang dilakukan melalui pelatihan terkini dengan memberikan dasar yang kokoh untuk pengembangan diri mereka. Kolaborasi strategis dengan mitra kegiatan dan analisis peluang bisnis baru menjadi landasan untuk mengembangkan model bisnis yang tidak hanya inovatif namun juga berkelanjutan. Pemberdayaan teknologi dan penerapan strategi pemasaran digital menjadi langkah kunci dalam meningkatkan efisiensi operasional ONC dan meningkatkan visibilitas mereka di pasar lokal yang ketat. penyuluhan tentang keberlanjutan usaha memberikan pemahaman yang lebih baik bagi anggota ONC, membantu mereka mengurangi dampak lingkungan dan meningkatkan efisiensi sumber daya. Sebagai bagian integral dari program ini, monitoring dan evaluasi dilakukan secara ketat untuk mengukur dampak setiap langkah yang diambil. Dengan demikian, program pengabdian kepada masyarakat bukan hanya memberikan solusi segera untuk tantangan yang dihadapi ONC, tetapi juga membentuk dasar untuk investasi jangka panjang, mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka di masa depan.

**Kata kunci :** Pengembangan, Implementasi, Strategi Bisnis.

\* Muh Ibnu Sholeh [indocellular@gmail.com](mailto:indocellular@gmail.com)

## **PENDAHULUAN**

Pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi telah menciptakan tantangan dan peluang baru, terutama bagi komunitas yang terlibat dalam bisnis elektronik dan layanan telekomunikasi (Sirait, 2022), seperti Ngunut Community (ONC). Sebagai outlet yang melibatkan 26 anggota, ONC memiliki potensi untuk tidak hanya menjadi pusat perdagangan tetapi juga menjadi katalisator bagi peningkatan kesejahteraan anggota dan kemajuan komunitas setempat (Lukito, 2017). ONC tidak hanya berfungsi sebagai pusat perdagangan yang menyediakan berbagai produk elektronik dan layanan telekomunikasi (Aziz, 2015), tetapi juga memiliki potensi untuk menjadi kekuatan yang mendorong peningkatan kesejahteraan anggota dan kemajuan lebih luas dalam komunitas setempat (Disemadi & Roisah, 2019). Sebagai wadah bagi pelaku usaha lokal (Halim, 2020), ONC bukan hanya sekadar outlet tetapi juga sebuah katalisator yang dapat membentuk ekosistem bisnis yang berkelanjutan dan responsif terhadap perubahan (Fridayani, 2021).

Dengan melibatkan anggotanya dalam bisnis elektronik, penjualan pulsa, jasa service handphone, dan peminjaman kas sebagai sumber daya penambahan modal (Harianto, 2021), ONC bukan hanya menjadi pelaku bisnis lokal tetapi juga menjadi elemen yang meresapi kehidupan dan dinamika ekonomi komunitas sekitarnya (Pribadi & Utomo, 2021). Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang bagaimana ONC dapat memanfaatkan peluang pertumbuhan ekonomi dan teknologi (Syamhari, 2023), sambil menghadapi tantangan yang ada, akan menjadi landasan penting dalam mengarahkan langkah-langkah strategis untuk memastikan keberlanjutan dan kesejahteraan jangka panjang anggota ONC serta komunitasnya.

Dalam era yang didominasi oleh perkembangan teknologi yang cepat dan transformasi dalam industri elektronik dan telekomunikasi (Danuri, 2019), pendidikan menjadi pilar utama untuk memastikan bahwa anggota Ngunut Community (ONC) dapat memahami, menghadapi, dan merespons perubahan tersebut dengan efektif (Sholeh, 2023). Pendidikan di sini bukan hanya sekadar akuisisi pengetahuan (Legi dkk., 2023), melainkan sebuah perjalanan pengembangan yang melibatkan penguasaan keterampilan baru dan pemahaman mendalam terhadap dinamika pasar yang terus berubah.

Dalam menghadapi tantangan yang berkembang di sektor elektronik dan telekomunikasi (Pratama & Iryanti, 2020), implementasi strategi manajemen pendidikan di ONC dianggap sebagai langkah kritis untuk memberikan fondasi yang kuat bagi anggotanya (Sriwijayanti, 2021). Melalui strategi ini, diharapkan anggota ONC dapat

meningkatkan pemahaman mereka terhadap inovasi teknologi terkini, tren konsumen, dan strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, keterlibatan dalam kegiatan pendidikan dapat membantu anggota mengembangkan keterampilan manajemen yang diperlukan untuk menjalankan bisnis mereka dengan lebih efisien. Dengan demikian, implementasi strategi manajemen pendidikan tidak hanya menjadi sarana untuk peningkatan pengetahuan (Winarsih, 2017), tetapi juga sebagai upaya untuk menciptakan lingkungan di mana anggota ONC dapat terus belajar, berkembang, dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi.

Oleh karena itu, PKM ini akan mendalami dampak strategi ini terhadap kesejahteraan anggota, mengidentifikasi keberhasilan dan hambatan yang mungkin muncul (Purwanti, 2012), serta merinci langkah-langkah konkrit untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan ONC di tengah dinamika industri yang terus berubah (Aryono, 2023). Keberlanjutan usaha dan daya saing di pasar lokal merupakan tantangan yang dihadapi oleh ONC. Melalui peningkatan pendidikan dan pengembangan keterampilan manajemen (Ariyanti, 2020), anggota ONC diharapkan dapat memanfaatkan peluang bisnis, meningkatkan layanan kepada pelanggan, dan meningkatkan kesejahteraan mereka secara keseluruhan (Mardiyati dkk., 2023).

Meskipun ONC telah menjadi pusat aktivitas masyarakat yang penting dalam sektor bisnis elektronik dan telekomunikasi (Setiawan, 2017), pengetahuan terperinci tentang efektivitas strategi manajemen pendidikan di dalamnya masih belum tergali secara memadai (Sholeh dkk., 2023). Hingga saat ini, kekurangan PKM khusus yang mencerminkan dampak implementasi strategi manajemen pendidikan terhadap kesejahteraan anggota di ONC menimbulkan sebuah kesenjangan yang signifikan dalam pemahaman kita terhadap dinamika komunitas ini.

Dalam kerangka ini, PKM yang diusulkan ini memiliki tujuan yang sangat penting. Melalui identifikasi, analisis, dan evaluasi, kita dapat menjembatani kesenjangan pengetahuan ini dan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang peran strategi manajemen pendidikan dalam meningkatkan kesejahteraan anggota ONC. Dengan memahami dampak nyata dan potensi perbaikan yang mungkin ditemui, PKM ini diharapkan dapat memberikan panduan yang berharga untuk mengoptimalkan implementasi strategi manajemen pendidikan di ONC dan komunitas serupa di masa depan.

Sebagai konsekuensinya, PKM ini tidak hanya menjadi kontribusi terhadap literatur akademis, tetapi juga menjadi panduan praktis bagi pengambil keputusan di ONC untuk mengarahkan sumber daya mereka ke arah yang paling bermanfaat bagi kesejahteraan anggota dan keberlanjutan komunitas secara keseluruhan. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara pendidikan, manajemen usaha, dan kesejahteraan anggota, diharapkan

proyek ini akan memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas ONC dan sekaligus memberdayakan anggotanya untuk lebih berhasil bersaing di pasar yang semakin ketat..

## **METODE**

**Identifikasi Kebutuhan Anggota ONC:** Dalam tahap awal di minggu pertama Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat di Outlet Ngunut Community (ONC), langkah pertama yang diambil adalah mengidentifikasi kebutuhan dan aspirasi anggota. Hal ini dilakukan melalui pelaksanaan survei awal yang bertujuan untuk memahami secara mendalam keinginan dan kebutuhan anggota ONC terkait pendidikan, pengembangan keterampilan, serta upaya peningkatan usaha bisnis mereka. Proses ini mencakup penyusunan kuesioner terstruktur, sosialisasi survei, distribusi kuesioner baik secara daring maupun cetak, dan analisis awal data untuk mengidentifikasi tren dan pola umum. Langkah ini menjadi landasan untuk merancang program yang sesuai dan efektif bagi anggota ONC.

**Perancangan Program Pendidikan:** Pada langkah di minggu ke-dua kedua pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat di Outlet Ngunut Community (ONC), fokus utama adalah merancang program pendidikan yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan yang telah diidentifikasi sebelumnya. Melalui kolaborasi dengan anggota ONC, kami menyusun program yang mencakup berbagai aspek, termasuk pelatihan keterampilan bisnis, penguatan teknologi, dan peningkatan pengetahuan produk. Proses perancangan ini dilakukan secara partisipatif, memastikan bahwa program dapat memberikan dampak positif dan relevan bagi perkembangan anggota ONC dalam menghadapi perubahan dan tuntutan industri yang dinamis.

**Sosialisasi Program:** Setelah merancang program pendidikan, langkah berikutnya dalam Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat di Outlet Ngunut Community (ONC) adalah melakukan sosialisasi secara intensif kepada anggota ONC. Proses ini bertujuan untuk menyampaikan informasi yang jelas mengenai program pendidikan yang akan diimplementasikan, menjelaskan dengan rinci manfaat dan tujuan dari setiap kegiatan yang akan dilaksanakan. Sosialisasi ini dilakukan secara terstruktur dan komprehensif, memastikan bahwa setiap anggota ONC memahami secara baik bagaimana program pendidikan ini akan memberikan kontribusi positif pada perkembangan dan kesejahteraan mereka

**Implementasi Program:** Dalam minggu ke-empat tahap implementasi program, Pengabdian Kepada Masyarakat di Outlet Ngunut Community (ONC) memasuki fase pelaksanaan program pendidikan yang telah direncanakan sebelumnya. Tim pelaksana melakukan serangkaian kegiatan, seperti workshop, seminar, dan pelatihan, yang dirancang

husus untuk melibatkan anggota ONC secara aktif. Setiap kegiatan dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah disusun, dengan tujuan memberikan kontribusi nyata pada pengembangan keterampilan, pengetahuan, dan kemampuan bisnis anggota ONC. Implementasi ini didasarkan pada kolaborasi erat dengan anggota, memastikan partisipasi maksimal dan pencapaian tujuan program.

**Monitoring dan Evaluasi:** Dalam minggu ke- tujuh tahap Monitoring dan Evaluasi, ONC secara rutin melakukan pemantauan terhadap keterlibatan anggota dalam program pendidikan yang diselenggarakan. Pemantauan ini melibatkan evaluasi berkala terhadap efektivitas kegiatan, dengan fokus pada pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Tim ONC aktif mengumpulkan umpan balik dari anggota untuk mendapatkan wawasan langsung mengenai pengalaman mereka, serta menilai dampak positif yang telah tercapai. Hasil pemantauan dan evaluasi digunakan sebagai dasar untuk melakukan perbaikan dan penyesuaian program agar tetap relevan dan memberikan nilai tambah bagi pengembangan anggota ONC.

**Pemberdayaan Kepemimpinan Internal:** Di minggu ke-sepuluh dalam rangka meningkatkan kualitas kepemimpinan internal, ONC meluncurkan program pemberdayaan khusus. Program ini dirancang untuk melibatkan anggota ONC secara langsung dalam pengambilan keputusan organisasional, menciptakan atmosfer partisipatif yang memperkuat tanggung jawab bersama. Selain itu, anggota ONC juga mendapatkan pelatihan kepemimpinan yang intensif untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan mereka dalam mengemban peran aktif dalam kehidupan organisasi. Dengan demikian, program ini bertujuan membangun fondasi kepemimpinan yang kuat dan memastikan kontribusi maksimal dari setiap anggota ONC dalam mencapai tujuan bersama.

**Dukungan Finansial dan Modal:** ONC berkomitmen untuk mendukung pertumbuhan ekonomi anggota melalui inisiatif dukungan finansial dan modal. Dengan menyediakan skema pinjaman dan modal usaha, ONC memberikan akses kepada anggota yang membutuhkan sumber daya keuangan untuk mengembangkan atau memperkuat usaha mereka. Syarat-syarat pinjaman atau modal usaha disusun secara transparan dan berkelanjutan, menciptakan lingkungan yang adil dan mendukung bagi anggota ONC untuk mengoptimalkan potensi bisnis mereka. Dengan demikian, dukungan finansial ini bertujuan untuk memperkuat stabilitas ekonomi anggota dan mendorong pertumbuhan bisnis mereka.

**Kampanye Kesejahteraan dan Promosi Bisnis:** ONC gencar meluncurkan kampanye kesejahteraan dan promosi bisnis untuk memperkuat kehadiran dan kesadaran masyarakat terhadap organisasi. Melalui kampanye ini, ONC bertujuan tidak hanya untuk meningkatkan

visibilitasnya tetapi juga untuk mendukung pertumbuhan bisnis anggota. Dengan strategi promosi yang inovatif dan berfokus pada keberlanjutan, kampanye ini menekankan kontribusi positif ONC terhadap kesejahteraan komunitas dan memberikan sorotan khusus pada produk dan layanan yang ditawarkan oleh anggota. Dengan demikian, kampanye ini menjadi wadah untuk memperkuat hubungan antara ONC dan masyarakat serta memajukan pertumbuhan ekonomi anggota melalui peningkatan daya tarik dan pengakuan merek.

**Monitoring Pertumbuhan Bisnis:** pada minggu ke tujuh belas, bersama team ONC secara rutin melakukan pemantauan terhadap pertumbuhan bisnisnya sebagai bagian integral dari strategi pengembangan. Pemantauan ini mencakup analisis faktor-faktor kunci pertumbuhan, seperti peningkatan penjualan, keuntungan, dan tingkat kepuasan pelanggan. Dengan memantau metrik-metrik ini secara cermat, ONC dapat mengidentifikasi peluang perbaikan, mengukur efektivitas strategi bisnis, dan menyesuaikan pendekatan mereka sesuai dengan kebutuhan pasar. Pemantauan pertumbuhan bisnis ini menjadi landasan untuk pengambilan keputusan yang tepat, memastikan ONC terus berkembang dan memberikan nilai tambah kepada anggotanya serta masyarakat secara keseluruhan.

**Evaluasi Akhir dan Pembuatan Laporan:** pada minggu ke- dua puluh satu ONC menutup rangkaian programnya dengan evaluasi akhir yang menyeluruh. Data akhir dari setiap kegiatan dikumpulkan, dan tim evaluasi menganalisis pencapaian, tantangan, serta umpan balik dari seluruh pihak terkait. Laporan hasil evaluasi disusun, mencakup pencapaian signifikan, hambatan yang dihadapi, dan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut. Dengan transparan menghadirkan hasil evaluasi, ONC tidak hanya mempertanggungjawabkan upaya mereka, tetapi juga menggunakan laporan sebagai panduan untuk perbaikan dan pengembangan berkelanjutan di masa depan.

Metode pelaksanaan ini dilakukan untuk memberikan dampak positif secara menyeluruh pada kesejahteraan anggota ONC melalui pendekatan holistik yang melibatkan pendidikan, pemberdayaan kepemimpinan, dukungan finansial, dan promosi bisnis.

## **HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK**

Dalam era pesatnya perkembangan industri elektronik dan telekomunikasi (Muhammad Rizqy dkk., 2023), strategi pendidikan yang diimplementasikan di Outlet Ngunut Community (ONC) menjadi fondasi utama dalam merespons perubahan dinamika pasar (Latifah & Ngalimun, 2023). Dengan memfokuskan pada peningkatan keterampilan dan pengetahuan anggota (Ahluwalia dkk., 2021), ONC memiliki tujuan untuk tidak hanya mendukung pertumbuhan anggota, tetapi juga meningkatkan kualitas layanan yang mereka

sediakan(Kawatak dkk., 2022). Strategi ini menjadi kunci untuk mengamankan posisi ONC sebagai entitas bisnis yang berkelanjutan, mampu bersaing di tengah persaingan yang ketat(Dwiguna dkk., 2022).



Gambar 1: Kegiatan Rapat dan Pelatihan Onc Untuk Pengembangan Kesejahteraan Anggota



Gambar 2. Foto saat pembahasan program ONC



Gambar 3. Foto bersama selesai perencanaan program

Melalui pemahaman yang mendalam terhadap pergeseran-pergeseran yang terjadi dalam variabel-variabel kunci, kita dapat menjelajahi dampak konkret dari strategi manajemen pendidikan ONC pada kesejahteraan anggota (Dharmayasa, 2016). Analisis ini juga memberikan peluang untuk mengidentifikasi arah masa depan yang dapat ditempuh oleh ONC guna terus memperkuat eksistensinya dalam industri yang terus berkembang ini (Suryadi, 2018). Dengan demikian, kita dapat melihat bagaimana upaya ONC dalam meningkatkan kesejahteraan anggota tidak hanya sebagai respons terhadap perubahan, tetapi juga sebagai langkah strategis untuk mencapai keberlanjutan dan keunggulan bisnis (Suhariyanto dkk., 2018).

No.	Variabel PKM	Data Awal	Data Setengah Periode	Data Akhir	Peningkatan
1	Partisipasi Anggota dalam Pelatihan	40%	65%	85%	45%
2	Pengetahuan Produk dan Teknologi	40%	60%	85%	45%
3	Keterampilan Manajemen Bisnis	30%	50%	75%	45%
4	Kepuasan Anggota terhadap Program	Tidak Disediakan	75%	90%	Tidak Disediakan
5	Sikap Positif terhadap Perubahan	Tidak Ditemukan	50%	70%	Tidak Ditemukan
6	Pemimpin Internal yang Aktif	Tidak Disediakan	40%	70%	Tidak Disediakan
7	Pertumbuhan Laba Bisnis ONC	Rp 50 juta	Rp 75 juta	Rp 100 juta	100%

Tabel 1. Variabel pengembangan program dalam PKM

Catatan:

"Data Awal" merujuk pada data sebelum implementasi strategi manajemen pendidikan.

"Data Setengah Periode" merujuk pada data yang diukur pada setengah periode implementasi strategi.

"Data Akhir" merujuk pada data setelah implementasi strategi manajemen pendidikan.

"Peningkatan" dihitung sebagai selisih antara "Data Akhir" dan "Data Awal" atau "Data Setengah Periode".

### Analisis Partisipasi Anggota dalam Pelatihan

Data Awal: 40%: Pada fase awal PKM, tingkat partisipasi anggota dalam pelatihan tercatat sebesar 40%. Angka ini mencerminkan tingkat keterlibatan awal anggota dalam program pendidikan sebelum implementasi strategi manajemen pendidikan.

Data Setengah Periode: 65%: Pada setengah periode implementasi strategi, terjadi peningkatan signifikan dalam partisipasi anggota, mencapai angka 65%. Peningkatan ini menunjukkan adanya respons positif terhadap perubahan dan upaya ONC untuk meningkatkan keterlibatan anggota.

Data Akhir: 85%: Pada akhir periode PKM, tingkat partisipasi anggota mencapai puncaknya dengan mencapai 85%. Angka ini mencerminkan efektivitas strategi manajemen pendidikan dalam mendorong anggota untuk aktif terlibat dalam pembelajaran dan pengembangan diri.

Peningkatan: 45%: Dengan selisih peningkatan sebesar 45% dari data awal hingga data akhir, dapat diinterpretasikan bahwa implementasi strategi manajemen pendidikan secara positif memengaruhi partisipasi anggota. Peningkatan ini mencerminkan komitmen anggota ONC terhadap pengembangan diri mereka.

Terjadi peningkatan yang signifikan dalam partisipasi anggota dalam pelatihan sepanjang periode PKM. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Respons terhadap Strategi Pendidikan(Wijaya & Iriani, 2020): Angka yang meningkat mencerminkan respon positif anggota terhadap strategi manajemen pendidikan yang diimplementasikan oleh ONC. Hal ini menandakan bahwa anggota merasa terdorong untuk mengambil bagian dalam pelatihan sebagai langkah untuk meningkatkan kualifikasi dan kompetensi mereka.

Minat dan Kesadaran terhadap Pengembangan Diri(Aramiko, 2022): Peningkatan partisipasi sejalan dengan meningkatnya minat dan kesadaran anggota terhadap pengembangan diri. Anggota ONC mungkin semakin menyadari nilai tambah yang dapat diperoleh dari pelatihan, seperti peningkatan pengetahuan produk dan keterampilan manajemen bisnis.

Komunikasi dan Dorongan Internal: Kesuksesan strategi manajemen pendidikan mungkin juga didukung oleh komunikasi yang efektif dan dorongan internal dari kepemimpinan ONC. Pemahaman yang jelas tentang manfaat pelatihan dapat merangsang partisipasi anggota.

Pembelajaran yang Aktif: Peningkatan partisipasi sebanyak 45% mencerminkan bahwa anggota tidak hanya mengikuti pelatihan sebagai formalitas, tetapi terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran. Ini adalah indikasi penting bahwa strategi pendidikan ONC menciptakan lingkungan pembelajaran yang merangsang partisipasi aktif.

### **Analisis Pengetahuan Produk dan Teknologi**

Data Awal: 40%: Pada awal PKM, tingkat pengetahuan anggota tentang produk dan teknologi yang dijual di ONC tercatat sebesar 40%. Angka ini mencerminkan tingkat pemahaman awal sebelum implementasi strategi manajemen pendidikan.

Data Setengah Periode: 60%: Setelah setengah periode implementasi strategi, terjadi peningkatan yang signifikan, mencapai tingkat pengetahuan sebesar 60%. Peningkatan ini mencerminkan dampak positif strategi pendidikan terhadap pemahaman anggota tentang produk dan teknologi yang terus berkembang.

Data Akhir: 85%: Pada akhir periode PKM, tingkat pengetahuan anggota mencapai puncaknya dengan mencapai 85%. Hal ini menandakan efektivitas strategi manajemen pendidikan dalam meningkatkan pemahaman anggota tentang produk dan teknologi yang ditawarkan oleh ONC.

Peningkatan: 45%: Dengan selisih peningkatan sebesar 45% dari data awal hingga data akhir, dapat disimpulkan bahwa implementasi strategi manajemen pendidikan telah berhasil meningkatkan pengetahuan anggota tentang produk dan teknologi.

Peningkatan yang signifikan dalam pengetahuan anggota tentang produk dan teknologi dapat dijelaskan sebagai berikut:

Fokus pada Pendidikan Produk(Yazdi, 2012): Implementasi strategi manajemen pendidikan di ONC secara khusus difokuskan pada meningkatkan pemahaman anggota tentang produk dan teknologi. Program pendidikan yang dirancang dengan baik dapat menyediakan informasi mendalam dan relevan tentang produk yang dijual di ONC.

Akses ke Materi Pembelajaran yang Berkualitas: ONC kemungkinan menyediakan materi pembelajaran yang mudah diakses dan berkualitas tinggi. Ini dapat mencakup pelatihan langsung, materi tertulis, atau platform pembelajaran online untuk memastikan anggota mendapatkan pemahaman yang holistik tentang produk dan teknologi terkini.

Meningkatkan Kualitas Layanan: Peningkatan pengetahuan anggota dapat mengarah pada peningkatan kualitas layanan. Anggota yang lebih terinformasi dapat memberikan solusi yang lebih baik kepada pelanggan, memberikan penjelasan yang lebih rinci tentang produk, dan dengan demikian, meningkatkan kepuasan pelanggan.

Efektivitas Strategi Pemasaran(Lisawati, 2016): Peningkatan pengetahuan anggota juga dapat berkontribusi pada strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang produk dan teknologi, anggota ONC dapat berperan lebih aktif dalam memasarkan produk kepada pelanggan potensial.

Dengan demikian, peningkatan pengetahuan anggota tentang produk dan teknologi menjadi indikator keberhasilan strategi manajemen pendidikan ONC, yang dapat mendukung pertumbuhan bisnis dan pemberian layanan yang lebih baik kepada pelanggan.

### **Analisis Keterampilan Manajemen Bisnis**

Data Awal: 30%: Pada tahap awal PKM, tingkat keterampilan manajemen bisnis anggota ONC tercatat sebesar 30%. Angka ini mencerminkan tingkat kesiapan awal anggota dalam mengelola aspek-aspek bisnis mereka.

Data Setengah Periode: 50%: Setelah setengah periode implementasi strategi, terjadi peningkatan yang signifikan, mencapai tingkat keterampilan manajemen bisnis sebesar 50%.

Peningkatan ini mencerminkan dampak positif strategi pendidikan terhadap pengembangan keterampilan manajemen bisnis anggota.

Data Akhir: 75%: Pada akhir periode PKM, tingkat keterampilan manajemen bisnis mencapai puncaknya dengan mencapai 75%. Hal ini menandakan bahwa strategi manajemen pendidikan berhasil meningkatkan kemampuan anggota dalam mengelola aspek-aspek bisnis mereka.

Peningkatan: 45%: Dengan selisih peningkatan sebesar 45% dari data awal hingga data akhir, dapat diinterpretasikan bahwa implementasi strategi manajemen pendidikan telah berhasil meningkatkan keterampilan manajemen bisnis anggota ONC.

Peningkatan keterampilan manajemen bisnis dapat dijelaskan sebagai berikut:

Fokus Pada Pengembangan Keterampilan Bisnis(Diandra, 2019): Strategi manajemen pendidikan di ONC didesain dengan fokus pada pengembangan keterampilan manajemen bisnis anggota. Pelatihan yang relevan dan pendekatan pembelajaran yang interaktif mungkin telah digunakan untuk memastikan peningkatan keterampilan secara efektif.

Penerapan Teori dalam Praktek: ONC mungkin memberikan peluang bagi anggotanya untuk menerapkan keterampilan yang dipelajari dalam situasi bisnis nyata. Ini dapat mencakup studi kasus, simulasi, atau proyek praktis untuk meningkatkan pemahaman dan penguasaan keterampilan manajemen bisnis.

Meningkatkan Efisiensi Operasional: Peningkatan keterampilan manajemen bisnis dapat memiliki dampak positif pada efisiensi operasional ONC. Anggota yang memiliki keterampilan ini dapat mengelola inventaris, keuangan, dan operasional secara lebih efisien, mengarah pada peningkatan produktivitas dan penghematan biaya.

Daya Saing dan Adaptabilitas(Oxyopida & Darpito, 2020): Keterampilan manajemen bisnis yang lebih baik dapat meningkatkan daya saing ONC di pasar yang berubah-ubah. Anggota yang dapat mengelola bisnis mereka dengan baik dapat lebih cepat beradaptasi dengan perubahan pasar dan persaingan yang ketat.

Dengan demikian, peningkatan keterampilan manajemen bisnis anggota ONC tidak hanya mencerminkan keberhasilan strategi pendidikan, tetapi juga memiliki potensi untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional ONC dalam jangka panjang.

### **Analisis Kepuasan Anggota terhadap Program Pendidikan**

Data Awal: Tidak Disediakan: Sayangnya, data awal mengenai tingkat kepuasan anggota terhadap program pendidikan tidak tersedia. Oleh karena itu, kita tidak dapat menilai perubahan langsung dari titik awal.

Data Setengah Periode: 75%: Pada setengah periode implementasi strategi, tingkat kepuasan anggota terhadap program mencapai 75%. Angka ini menunjukkan bahwa sebagian besar anggota merasa puas dengan program pendidikan yang dijalankan oleh ONC pada tahap tersebut.

Data Akhir: 90%: Pada akhir periode PKM, tingkat kepuasan meningkat menjadi 90%. Ini mencerminkan peningkatan signifikan dalam persepsi positif anggota terhadap program pendidikan yang disediakan oleh ONC.

Peningkatan: Tidak Disediakan: Sayangnya, data peningkatan spesifik tidak disediakan. Meskipun demikian, dari tingkat kepuasan yang mencapai 90%, dapat diasumsikan bahwa terjadi peningkatan yang signifikan dari setengah periode hingga akhir periode.

Peningkatan tingkat kepuasan anggota terhadap program pendidikan dapat dijelaskan sebagai berikut:

Relevansi dan Kualitas Program: Peningkatan ini mungkin terjadi karena program-program pendidikan yang diselenggarakan oleh ONC dianggap relevan dan berkualitas tinggi oleh anggota. Program-program tersebut mungkin mencakup materi yang sesuai dengan kebutuhan anggota, memberikan wawasan yang berharga, dan dirancang untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan.

Umpan Balik dan Penyesuaian Program: ONC kemungkinan mendapatkan umpan balik dari anggota selama periode implementasi, memungkinkan mereka untuk menyesuaikan program sesuai dengan kebutuhan dan preferensi anggota. Proses ini dapat menciptakan program yang lebih sesuai dengan harapan dan memberikan manfaat maksimal.

Pemberdayaan Anggota(Mardjono dkk., 2022): Program pendidikan yang memberdayakan anggota ONC dapat meningkatkan tingkat kepuasan. Anggota yang merasa bahwa program-program ini memberikan nilai tambah dan memperkaya pengetahuan serta keterampilan mereka, cenderung lebih puas dan terlibat lebih aktif dalam kegiatan tersebut.

Pentingnya Aspek Pendidikan: Kepuasan yang meningkat juga dapat mencerminkan kesadaran anggota terhadap pentingnya pendidikan dalam mengembangkan diri mereka. Jika anggota melihat nilai positif dari program pendidikan, kepuasan mereka terhadap program tersebut dapat meningkat.

Dengan meningkatnya tingkat kepuasan anggota terhadap program pendidikan, ONC dapat melihatnya sebagai indikator keberhasilan strategi manajemen pendidikan mereka dan dapat terus memperbaiki dan mengoptimalkan program-program tersebut untuk mendukung perkembangan dan kesejahteraan anggota.

## **Analisis Sikap Positif terhadap Perubahan**

Data Awal: Tidak Ditemukan: Sayangnya, data awal mengenai sikap anggota terhadap perubahan tidak ditemukan. Karena itu, kita tidak memiliki titik awal untuk mengevaluasi perubahan sikap.

Data Setengah Periode: 50%: Pada setengah periode implementasi strategi, angka sikap positif terhadap perubahan mencapai 50%. Ini menunjukkan bahwa pada tahap tersebut, sebagian anggota telah menunjukkan sikap positif terhadap perubahan yang diperkenalkan oleh ONC.

Data Akhir: 70%: Pada akhir periode PKM, sikap positif terhadap perubahan meningkat menjadi 70%. Peningkatan ini mencerminkan perubahan sikap yang lebih positif dan mungkin lebih luas di antara anggota ONC.

Peningkatan: Tidak Disediakan: Sekali lagi, data peningkatan spesifik tidak disediakan. Meskipun demikian, dari peningkatan sikap positif yang terjadi dari setengah periode hingga akhir periode, dapat disimpulkan bahwa terdapat perubahan sikap yang positif secara keseluruhan.

Peningkatan sikap positif terhadap perubahan mencerminkan adaptabilitas anggota ONC terhadap lingkungan bisnis yang berubah. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut:

Komunikasi yang Efektif: ONC mungkin telah melaksanakan strategi komunikasi yang efektif untuk menjelaskan tujuan dan manfaat perubahan kepada anggotanya. Komunikasi yang jelas dapat meredakan ketidakpastian dan menciptakan pemahaman yang lebih baik.

Inisiatif Pendidikan tentang Perubahan: Program pendidikan yang dilaksanakan oleh ONC mungkin telah memberikan pemahaman yang lebih baik kepada anggota tentang alasan di balik perubahan dan bagaimana perubahan tersebut dapat memberikan manfaat.

Partisipasi Anggota dalam Proses Perubahan(Gemina dkk., 2013): Anggota yang merasa terlibat dalam proses pengambilan keputusan terkait perubahan cenderung memiliki sikap yang lebih positif. ONC mungkin telah melibatkan anggota dalam perencanaan dan implementasi perubahan.

Peningkatan Kesadaran akan Tantangan Bisnis: Peningkatan sikap positif dapat mencerminkan kesadaran anggota tentang tantangan dalam industri dan keinginan untuk beradaptasi. Pendidikan yang diberikan mungkin telah menyoroti pentingnya adaptabilitas dalam menghadapi perubahan pasar.

Budaya Organisasi yang Mendukung Perubahan(Ratnasari dkk., 2020): Sikap positif terhadap perubahan juga dapat mencerminkan budaya organisasi yang mendukung inovasi dan perubahan. Jika ONC mendorong budaya ini, anggota lebih mungkin untuk merespon perubahan dengan sikap yang positif.

Dengan sikap positif terhadap perubahan, ONC dapat melihatnya sebagai indikator penting untuk kesuksesan strategi manajemen pendidikan mereka, dan hal ini dapat mendorong inovasi serta peningkatan kesiapan anggota dalam menghadapi tantangan bisnis.

### **Analisis Pemimpin Internal yang Aktif**

Data Awal: Tidak Disediakan: Sayangnya, data awal mengenai aktivitas kepemimpinan internal tidak ditemukan. Oleh karena itu, kita tidak memiliki titik awal untuk mengevaluasi perubahan ini dari waktu ke waktu.

Data Setengah Periode: 40%: Pada setengah periode implementasi strategi, tingkat aktivitas kepemimpinan internal mencapai 40%. Ini menunjukkan bahwa pada tahap tersebut, sejumlah anggota telah mulai mengambil peran lebih aktif dalam kepemimpinan internal komunitas mereka.

Data Akhir: 70%: Pada akhir periode PKM, tingkat aktivitas kepemimpinan internal meningkat menjadi 70%. Peningkatan ini mencerminkan perubahan positif yang lebih lanjut dalam partisipasi anggota dalam pengelolaan dan pengarah komunitas.

Peningkatan: Tidak Disediakan: Data peningkatan spesifik tidak disediakan. Meskipun demikian, dari peningkatan aktivitas kepemimpinan internal yang terjadi dari setengah periode hingga akhir periode, dapat disimpulkan bahwa terdapat perubahan positif secara keseluruhan. Peningkatan aktivitas kepemimpinan internal dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pendekatan Pendidikan yang Mendorong Kepemimpinan: ONC mungkin telah mengimplementasikan pendekatan pendidikan yang mendorong perkembangan kepemimpinan internal. Program pendidikan yang menekankan pentingnya peran aktif anggota dalam kepemimpinan dapat merangsang partisipasi.

Peningkatan Kesadaran akan Dampak Kepemimpinan (Isvandiari & Idris, 2018): Peningkatan ini mungkin mencerminkan kesadaran anggota tentang dampak positif yang dapat mereka buat melalui peran kepemimpinan internal. Pendidikan mungkin telah menyoroti manfaat dan tanggung jawab yang terkait dengan kepemimpinan.

Model Kepemimpinan dari Internal yang Sukses (Sugianto, 2016): Adanya anggota atau kelompok anggota yang berhasil dalam peran kepemimpinan internal mungkin telah menjadi inspirasi bagi yang lain. Hal ini dapat menciptakan efek domino di mana lebih banyak anggota merasa termotivasi untuk ikut ambil bagian.

Fasilitasi dan Dukungan dari ONC: ONC mungkin telah memberikan fasilitasi dan dukungan yang cukup untuk memungkinkan anggota mengambil peran lebih aktif dalam kepemimpinan. Ini dapat mencakup pelatihan, mentoring, atau platform untuk berbagi ide dan inisiatif.

Kesuksesan Program Pendidikan Sebelumnya: Keberhasilan program pendidikan sebelumnya mungkin telah membuka mata anggota terhadap potensi kepemimpinan internal. Jika program pendidikan sebelumnya memberikan inspirasi atau keterampilan kepemimpinan, anggota mungkin lebih cenderung untuk terlibat.

Dengan peningkatan aktivitas kepemimpinan internal, ONC dapat menganggapnya sebagai pencapaian yang positif dalam mendorong partisipasi anggota dalam mengelola dan mengarahkan komunitas mereka. Hal ini juga dapat menjadi tanda bahwa strategi manajemen pendidikan mereka berhasil menciptakan lingkungan di mana anggota merasa didorong untuk berperan aktif dalam kepemimpinan.

### **Analisis Pertumbuhan Laba Bisnis ONC**

Data Awal: Rp 50 juta: Pada awal PKM, laba bisnis ONC tercatat sebesar Rp 50 juta. Ini menjadi baseline untuk mengevaluasi pertumbuhan laba selama periode PKM.

Data Setengah Periode: Rp 75 juta: Setengah periode implementasi strategi, terjadi peningkatan laba yang signifikan menjadi Rp 75 juta. Peningkatan ini mencerminkan dampak positif strategi manajemen pendidikan terhadap kinerja bisnis ONC.

Data Akhir: Rp 100 juta: Pada akhir periode PKM, laba bisnis ONC meningkat lebih lanjut menjadi Rp 100 juta. Peningkatan ini menunjukkan kelanjutan pertumbuhan bisnis yang signifikan.

Peningkatan: 100%: Dengan selisih peningkatan sebesar 100% dari awal hingga akhir periode, dapat disimpulkan bahwa implementasi strategi manajemen pendidikan berhasil memberikan dampak positif yang substansial pada pertumbuhan laba bisnis ONC.

Pertumbuhan laba bisnis ONC yang signifikan dapat dijelaskan sebagai berikut:

Peningkatan Keterampilan Manajemen Bisnis: Sebelumnya, telah diidentifikasi bahwa keterampilan manajemen bisnis anggota ONC meningkat selama periode PKM. Peningkatan ini dapat berkontribusi pada efisiensi operasional dan pengelolaan yang lebih baik, yang kemudian dapat menciptakan pertumbuhan laba.

Peningkatan Pengetahuan Produk dan Teknologi (Suarjana, 2018): Pengetahuan yang ditingkatkan tentang produk dan teknologi yang dijual di ONC juga dapat berkontribusi pada peningkatan penjualan. Anggota yang lebih terinformasi dapat lebih efektif dalam memberikan informasi kepada pelanggan dan melakukan penjualan.

Sikap Positif terhadap Perubahan: Sikap positif terhadap perubahan dapat menciptakan lingkungan di mana inovasi dan peningkatan efisiensi didorong. Ini dapat berdampak positif pada seluruh operasi bisnis dan, akhirnya, pada pertumbuhan laba.

Kepuasan Anggota dan Loyalitas Pelanggan (Andriani dkk., 2023): Kepuasan anggota yang tinggi terhadap program pendidikan dan pelayanan ONC dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang lebih tinggi. Pelanggan yang puas lebih cenderung untuk kembali dan merekomendasikan bisnis kepada orang lain, yang dapat meningkatkan pendapatan.

Aktivitas Kepemimpinan Internal yang Tinggi: Peningkatan aktivitas kepemimpinan internal mungkin mencerminkan keberhasilan ONC dalam memberdayakan anggota untuk berkontribusi lebih banyak pada keseluruhan bisnis. Kolaborasi dan partisipasi yang meningkat dapat menciptakan dampak positif pada pertumbuhan laba.

Dengan pertumbuhan laba bisnis ONC yang signifikan, dapat disimpulkan bahwa strategi manajemen pendidikan telah berhasil memberikan dampak positif pada berbagai aspek bisnis, menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Kami ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada seluruh tim proyek dan anggota Outlet Ngunut Community (ONC) atas dedikasi dan partisipasi aktif dalam program "Pengembangan Kesejahteraan Anggota Melalui Implementasi Strategi Manajemen Bisnis di ONC." Keberhasilan program ini tidak terlepas dari kerjasama yang luar biasa, semangat tim, dan dukungan penuh dari seluruh anggota ONC. Terima kasih juga kepada pihak penyelenggara PKM dan semua yang telah mendukung jalannya program ini. Keberhasilan ini menjadi modal berharga untuk meningkatkan kesejahteraan dan memberikan dampak positif di masa depan. Terima kasih atas dedikasi dan kolaborasi yang menginspirasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahluwalia, I., Permatasari, B., Husna, N., & Novita, D. (2021). Penguatan sumber daya manusia melalui peningkatan keterampilan pada komunitas Odapus Lampung. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (JPKM) Tabikpun*, 2(1), 73–80. <https://doi.org/10.23960/jpkmt.v2i1.32>
- Andriani, N. W. T., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota dengan kepuasan anggota sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen*, 3(7).
- Aramiko, S. (2022). Pengaruh pengetahuan dan kesadaran mahasiswa Prodi Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara terhadap minat membeli produk asuransi kecelakaan diri syariah. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3(5).

- Ariyanti, y. (2020). Keterampilan manajerial kepala sekolah dalam meningkatkan kinerja guru. *Akses: jurnal ekonomi dan bisnis*, 14(1). <https://doi.org/10.31942/akses.v14i1.3265>
- Aryono, g. D. P. (2023). Strategi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) dalam industri keripik beras di desa kalumpang kedung bulus: studi kasus analisis potensi pasar dan inovasi produk. *Sejahtera: jurnal inspirasi mengabdikan untuk negeri*, 2(4).
- Aziz, a. (2015). Pemanfaatan teknologi informasi dalam pengembangan bisnis pos. *Buletin pos dan telekomunikasi*, 10(1), 35. <https://doi.org/10.17933/bpostel.2012.100104>
- Danuri, m. (2019). Perkembangan dan transformasi teknologi digital. *Jurnal ilmiah infokam*, 15(2).
- Dharmayasa, i. P. A. (2016). Pengukuran kinerja pada koperasi karyawan eka sedana berdasarkan konsep balance scorecard. *Jurnal pendidikan ekonomi*, 4(1).
- Diandra, d. (2019). Program pengembangan kewirausahaan untuk menciptakan pelaku usaha sosial yang kompetitif. *In prosiding industrial research workshop and national seminar*, 10(11).
- Disemadi, h. S., & roisah, k. (2019). Kebijakan model bisnis bank wakaf mikro sebagai solusi pemberdayaan ekonomi masyarakat. *Law reform*, 15(2), 177–194. <https://doi.org/10.14710/lr.v15i2.26176>
- Dwiguna, a. R., subroto, a., & sanusi, a. (2022). Analisis kompetitif industri pertahanan nasional: prospek dan tantangan pasca revisi undang-undang nomor 16 tahun 2012 tentang industri pertahanan. *Jurnal manajemen strategi dan aplikasi bisnis*, 5(1), 43–58. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v5i1.415>
- Fridayani, j. A. (2021). Kepemimpinan adaptif dalam agilitas organisasi di era adaptasi kebiasaan baru. *Modus*, 33(2), 138–149. <https://doi.org/10.24002/modus.v33i2.4654>
- Gemina, d., . S., & kusuma, i. C. (2013). Keunggulan bersaing koperasi berkaitan dengan penerapan intellectual capital, manajemen keanggotaan dan partisipasi anggota. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, 15(2), 191–204. <https://doi.org/10.9744/jmk.15.2.191-204>
- Halim, a. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten mamuju. *Jurnal ilmiah ekonomi pembangunan*, 1(2).
- Hariato, b. (2021). Analisis kinerja pegawai unit simpan pinjam dan unit usaha pada koperasi bumi kresna. *Prosiding frima (festival riset ilmiah manajemen dan akuntansi)*, 2(4).
- Isvandiari, a., & idris, b. A. (2018). Pengaruh kepemimpinan dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada pt central capital futures cabang malang. *Jurnal ilmiah bisnis dan ekonomi asia*, 12(1), 17–22. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v12i1.7>
- Kawatak, s. Y., lucia, r. H., & karundeng, l. A. R. (2022). Peningkatan kualitas pelayanan homestay di desa pulisan berdasarkan persepsi pengelola. *Jurnal kajian pariwisata*, 4(2).
- Latifah, l., & ngalimun, n. (2023). Pemulihan pendidikan pasca pandemi melalui transformasi digital dengan pendekatan manajemen pendidikan islam di era society 5.0. *Jurnal terapung : ilmu - ilmu sosial*, 5(1), 41. <https://doi.org/10.31602/jt.v5i1.10576>
- Legi, h., riwu, m., & hermanugerah, p. (2023). Pembelajaran transformatif kurikulum merdeka di era digital. *Journal education innovation*, 1(1).

- Lisawati, p. (2016). Efektivitas iklan pada jejaring sosial sebagai salah satu strategi pemasaran bisnis usaha kecil menengah (ukm). *Jurnal ilmiah ekonomi bisnis*, 21(3).
- Lukito, i. (2017). Tantangan hukum dan peran pemerintah dalam pembangunan e-commerce. *Jurnal ilmiah kebijakan hukum*, 11(3).
- Mardiyati, s., Fitriani, i., Indrawati, y., Wibowo, a. N., & Fitria, d. (2023). Pkm kewirausahaan berbasis teknologi informasi di lingkungan rw.011 cipinang melayu. *Abdi jurnal publikasi*, 1(6).
- Mardjono, r., Narindro, l., Qamar, a. S., Sari, s., Maulana, a., & Jubaidah, i. (2022). Pemberdayaan umkm komunitas ok oce menggunakan media digital. *Abdimas universal*, 4(1), 49–58. <https://doi.org/10.36277/abdimasuniversal.v4i1.190>
- Muhammad rizqy, nur salsa auliya zachani, saniyatul fajri, & Meity suryandari. (2023). Pengaruh media teknologi informasi modern terhadap aktivitas dakwah di era revolusi industri 4.0. *Aladalah: jurnal politik, sosial, hukum dan humaniora*, 1(1), 22–42. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.146>
- Oxyopida, f., & Darpito, s. H. (2020). Kualitas strategi bersaing memediasi pengalaman, pengetahuan, dan adaptabilitas lingkungan terhadap kinerja. *Jurnal administrasi bisnis (jabis)*, 18(2).
- Pratama, h. A., & Iryanti, h. D. (2020). Transformasi sdm dalam menghadapi tantangan revolusi 4.0 di sektor kepelabuhan. *Majalah ilmiah bahari jogja*, 18(1), 71–80. <https://doi.org/10.33489/mibj.v18i1.229>
- Pribadi, d. S., & Utomo, s. (2021). Dampak perpindahan ibu kota negara terhadap pemulihan ekonomi dalam perspektif persaingan usaha. *Jurnal persaingan usaha*, 2(1), 27–42. <https://doi.org/10.55869/kppu.v2i.28>
- Purwanti, e. (2012). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan umkm di desa dayaan dan kalilondo salatiga. *Among makarti*, 5(1).
- Ratnasari, s. L., Fitri, d., Zulkifli, z., Nasrul, h. W., & Supardi, s. (2020). Analisis manajemen perubahan, kepemimpinan transformasional, struktur organisasi, budaya organisasi dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan. *Jurnal benefita*, 5(2), 225. <https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.5303>
- Setiawan, a. B. (2017). Kebijakan teknologi informasi dan komunikasi untuk mendorong pembentukan model bisnis masa depan. *Jurnal pekomm*, 2(2).
- Sholeh, m. I. (2023). Transparansi dan akuntabilitas dalam membangun citra positif melalui manajemen pendidikan yang berkualitas. *Tadbiruna: jurnal manajemen pendidikan islam*, 3(1), 43–55.
- Sholeh, m. I., Mutohar, p. M., & Sujianto, a. E. (2023). Development of entrepreneurial-oriented transformative islamic educational institutions: a global perspective. *Tarbawi: jurnal keilmuan manajemen pendidikan*, 9(01), 69–84. <https://doi.org/10.32678/tarbawi.v9i01.8075>
- Sirait, f. E. T. (2022). Dampak revolusi industri 4.0 pada industri teknologi komunikasi di Indonesia: peluang dan tantangan. *Jurnal penelitian dan pengembangan sains dan humaniora*, 6(1), 132-139.

- Sriwijayanti, r. P. (2021). Manajemen pendidikan karakter dalam membangun budaya sekolah. *Pedagogy : jurnal ilmiah ilmu pendidikan*, 8(1), 66–79. <https://doi.org/10.51747/jp.v8i1.707>
- Suarjana, i. K. (2018). Pengaruh persepsi harga, pengetahuan produk, dan citra perusahaan terhadap niat beli layanan multi servis merek indihome. (*doctoral dissertation, udayana university*)., 7(4).
- Sugianto, m. (2016). Evaluasi gaya kepemimpinan ceo dalam mencapai kesuksesan start-up business mahasiswa di universitas ciputra. *Jurnal performa: jurnal manajemen dan start-up bisnis*, 1(6).
- Suhariyanto, j., zainal, a., & budiarta, k. (2018). Pemberdayaan sumber daya lokal dalam pengelolaan sektor industri kreatif di kecamatan banda sakti kota lhokseumawe: studi kualitatif atas peran corporate social responsibility (csr) pt. Pertamina (persero) marketing operation region (mor) i – terminal bahan bakar minyak (tbbm) lhokseumawe. *Jurnal pengabdian kepada masyarakat*, 24(3), 792. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v24i3.11616>
- Suryadi, d. (2018). *Peran dan strategi perkembangan kewirausahaan dan tantangannya dalam menghadapi perekonomian di masa yang akan datang* [preprint]. Ina-rxiv. <https://doi.org/10.31227/osf.io/8dkru>
- Syamhari, w. (2023). Globalisasi dan tatanan ekonomi baru. *Jmeb jurnal manajemen ekonomi & bisnis*, 1(1), 23-31.
- Wijaya, f., & iriani, a. (2020). Pengembangan modul pelatihan penggunaan aplikasi edmodo untuk meningkatkan kompetensi ict guru di sekolah kristen kanaan semarang. *Jurnal ilmiah pendidikan dan pembelajaran*, 4(1).
- Winarsih, s. (2017). Kebijakan dan implementasi manajemen pendidikan tinggi dalam meningkatkan mutu pendidikan. *Cendekia, ol.15no.1*.
- Yazdi, m. (2012). E-learning sebagai media pembelajaran interaktif berbasis teknologi informasi. *Foristek*, 2(1).