



Financial Literacy and Sustainable Entrepreneurial Competitiveness: North Meruya Community Service Implementation

Intan Apriadi¹, Subur Karyatun², Mochamad Soelton^{3*}, Muhammad Shirhan Thoullon⁴, Adriatik Harisnanda⁵, Achmad Sudiro⁶, Sri Anah⁷

^{1,3,4,5,7}Universitas Mercu Buana

²Universitas Nasional Indonesia

⁶Brawijaya University

Corresponding Author: Mochamad Soelton soelton@mercubuana.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: MSMEs, Meruya Utara, Financial Literacy, Waste Goods

Received : 2 June

Revised : 20 July

Accepted: 17 Augusts

©2024 Apriadi, Karyatun, Soelton, Thoullon, Harisnanda, Sudiro, Anah: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This community service aims to help the Financial Literacy Assistance Program to Create Entrepreneurial Competitiveness for Beginners and gain benefits from their presence in the family environment in utilizing used goods (trash). Micro, small and medium enterprises are an important element in supporting the national economy as a whole. Micro businesses are the driving force of the economic system in Indonesia which can survive during an economic crisis. This type of business helps the government in creating jobs and reducing poverty levels, through micro businesses creating new work units that use new workers who can support household income so that they remain productive in unstable economic times. Continuing the previous program, in 2024 Community Service activities will again be carried out for MSMEs in the North Meruya sub-district environment. This learning activity is related to mentoring MSME activists in North Meruya (also known as Meruya Ilir). North Meruya Village is one of the sub-districts located in Kembangan sub-district, West Jakarta City, Special Capital Region of Jakarta Province, Indonesia. One way to assist MSMEs is to provide education on financial literacy

Literasi Keuangan dan Daya Saing Wirausaha Berkelanjutan: Implementasi Pengabdian Masyarakat Meruya Utara

Intan Apriadi¹, Subur Karyatun², Mochamad Soelton^{3*}, Muhammad Shirhan Thoullon⁴, Adriatik Harisnanda⁵, Achmad Sudiro⁶, Sri Anah⁷

^{1,3,4,5,7}Universitas Mercu Buana

²Universitas Nasional Indonesia

⁶Brawijaya University

Corresponding Author: Mochamad Soelton soelton@mercubuana.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: UMKM, Meruya Utara, Literasi Keuangan, Sampah Barang

Received : 2 June

Revised : 20 July

Accepted: 17 Augusts

©2024 Apriadi, Karyatun, Soelton, Thoullon, Harisnanda, Sudiro, Anah:

This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu Program Pendampingan Literasi Keuangan untuk Menciptakan Daya Saing Wirausaha bagi Pemula dan mendapatkan manfaat dari kehadirannya di lingkungan keluarga dalam memanfaatkan barang bekas (sampah). Usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan elemen penting dalam mendukung perekonomian nasional secara keseluruhan. Usaha mikro merupakan motor penggerak sistem ekonomi di Indonesia yang dapat bertahan di tengah krisis ekonomi. Jenis usaha ini membantu pemerintah dalam menciptakan lapangan kerja dan mengurangi tingkat kemiskinan, melalui usaha mikro menciptakan unit kerja baru yang menggunakan tenaga kerja baru yang dapat menopang pendapatan rumah tangga sehingga tetap produktif di masa ekonomi yang tidak stabil. Melanjutkan program sebelumnya, pada tahun 2024 kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat kembali akan dilaksanakan bagi UMKM di lingkungan kecamatan Meruya Utara. Kegiatan pembelajaran ini terkait dengan pendampingan bagi pegiat UMKM di Meruya Utara (atau yang dikenal juga dengan Meruya Ilir). Kelurahan Meruya Utara merupakan salah satu kecamatan yang berada di kecamatan Kembangan, Kota Jakarta Barat, Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia. Salah satu cara pendampingan bagi UMKM adalah dengan memberikan edukasi mengenai literasi keuangan

PENDAHULUAN

Kota Administrasi adalah unit pembagian wilayah administratif di Indonesia. Di Provinsi DKI Jakarta, terdapat lima Kota Administrasi: Jakarta Barat, Jakarta Timur, Jakarta Utara, Jakarta Selatan, dan Jakarta Pusat, semuanya terletak di Provinsi DKI Jakarta. Selain itu, terdapat satu Kabupaten Administrasi, yaitu Kabupaten Kepulauan Seribu, yang dipimpin oleh seorang Bupati. Berbeda dengan kota-kota lain di Indonesia, Kota Administrasi bukan merupakan daerah otonom. Kota Administrasi dipimpin oleh seorang Walikota, dibantu oleh seorang Wakil Walikota, keduanya diangkat oleh Gubernur dari kalangan Pegawai Negeri Sipil (PNS). Struktur perangkat daerah Kota Administrasi mencakup Sekretariat Kota Administrasi, Suku Dinas, lembaga teknis lainnya, kecamatan, dan kelurahan. Pada tahun 2020, jumlah penduduk Jakarta Barat mencapai 2.619.785 jiwa, dengan kepadatan penduduk sebesar 20.224 jiwa per kilometer persegi. Angka ini meningkat sebesar 30,7 ribu jiwa dibandingkan tahun sebelumnya.

Kota Administratif Jakarta Barat 12.615,14 hektar 106 48 Bujur Timur 60 12 Lintang Utara Kabupaten Kota Tangerang dan Kota Administratif Jakarta Selatan terletak di sebelah Selatan, Kabupaten dan Kotamadya Tangerang terletak di sebelah Barat, Kota Administratif Jakarta Utara dan Kota Administratif Pusat. Jakarta di sebelah timur, kabupaten kota tangerang dan kota administratif jakarta utara di utara. Jakarta Barat terdiri dari 8 kelurahan, 56 kelurahan, 578 rukun warga, dan 6.348 rukun warga. Walikota jakarta barat 10.589 pegawai 3.364 pegawai pemerintah 6.537 guru SD, SMP, dan SMA 688 pegawai kesehatan dan paramedis Jakarta Barat adalah kota pelayanan yang nyaman dan berkembang dengan fokus pada tata kelola yang baik, wisata budaya dan sejarah, peningkatan kualitas lingkungan perkotaan yang berkelanjutan, dan pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan nilai, norma, dan pranata sosial. Meningkatkan standar pelayanan masyarakat.

Permasalahan mitra: a) Kurangnya informasi dan akses permodalan untuk mendukung usaha UMKM, b) Kurangnya pemahaman mitra mengenai pembiayaan syariah khususnya pembiayaan berbasis bagi hasil, c) Pengeloan keuangan mitra belum menggunakan produk keuangan syariah. Solusi: a) Memberikan penyuluhan kepada mitra tentang inklusi keuangan, b) Memberikan penyuluhan dan simulasi kepada mitra tentang pembiayaan syariah khususnya akad berbasis bagi hasil, c) Memberikan roleplay produk keuangan syariah. Target: a) Menghasilkan pemahaman mengenai akses pendanaan dan inklusi keuangan, b) Menghasilkan pemahaman tentang pembiayaan syariah khususnya akad berbasis bagi hasil, c) Meningkatkan pemakaian produk keuangan syariah. Target capaian luarannya: Artikel pada media elektronik, Video Kegiatan, Peningkatan pemahaman dan keterampilan. Dalam rangka menjaga keberhasilan program, akan dilakukan evaluasi setiap tahapan perkembangan program. Setelah pembelajaran dan pengaplikasian, monitoring dan fasilitasi dilakukan untuk menjaga konsistensi dan melihat potensi, sehingga keberlanjutan pemanfaatan produk keuangan syariah di wilayah sekitar berjalan dengan baik.

Salah satu cara terkait pendampingan UMKM tersebut adalah memberikan penyuluhan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, oleh karena itu diperlukan pemahaman mengenai Brand Image yang baik kepada pelaku dan pegiat UMKM untuk meningkatkan daya jual produknya sehingga minat beli masyarakat akan produknya menjadi lebih tinggi. Dalam penelitiannya, Christian (2020) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha.

Masalah perekonomian UMKM dapat diatasi dengan melakukan berbagai kegiatan kewirausahaan yang berbasis UMKM. Laporan Program Pendampingan Literasi Keuangan Untuk Menciptakan Daya Saing Kewirausahaan Pemula Meruya Utara Kembangan Jakarta Barat. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan membantu Program Pendampingan Literasi Keuangan Untuk Menciptakan Daya Saing Kewirausahaan Pemula dan mendapatkan manfaat dari keberadaan mereka dalam lingkungan online. Konteks pengabdian ini melibatkan seluruh fungsionaris Kelurahan Meruya Utara Kembangan Jakarta Barat. Usaha mikro, kecil dan menengah merupakan salah satu unsur penting dalam menopang perekonomian nasional secara menyeluruh. Kelurahan Meruya Utara - kembangan Jakarta Barat, khususnya RW 07 terletak di kawasan padat penduduk. Pemukiman di sekitar RW 07, Kelurahan Kembangan Utara ini memiliki pekarangan yang sempit. Meskipun berada di pemukiman RT 11/RW 06 Kelurahan Meruya Utara - kembangan Jakarta Barat dan padat penduduk, wilayah RW 07 ini memiliki UMKM pemula perkotaan yang sangat baik dengan sistem pengolahan limbah barang bekas yang sudah dijual disekitar perkampungan. memanfaatkan sampah organik yang ada, dapat menambah pundi-pundi perekonomian keluarga. Oleh karena itu, sebagai jalan alternatif saya mencoba untuk memanfaatkan kardus kemasan minuman yang tidak terpakai menjadi sebuah hiasan dinding yang unik serta bernilai jual tinggi.

Analisis lingkungan dilakukan untuk menentukan kelayakan produk komersial dan menciptakannya. Dari pemeriksaan tersebut terungkap permasalahan yang meluas, yaitu permasalahan sampah. Permasalahan sampah di Indonesia sudah bukan menjadi rahasia lagi. Sampah adalah topik pembicaraan yang besar akhir-akhir ini, dan orang-orang dari semua lapisan masyarakat mulai memperhatikannya. Sampah merupakan permasalahan sehari-hari masyarakat Indonesia. Saya mencoba membuat hiasan dinding unik yang bernilai jual tinggi, dibandingkan menggunakan karton bekas kemasan minuman. Saat ini kita sering menjumpai karton dan kemasan minuman bekas dan itu sangat mengkhawatirkan. Inovasi saya adalah mengubah atau menjadikan sampah kardus bekas menjadi sesuatu yang menarik dan menghindari penumpukan sampah kardus bekas. ; Apa Kami khawatir dengan karton bekas dan kemasan minuman. Saya sedang mengembangkan ide inovatif untuk mengubah sampah karton bekas menjadi sesuatu yang estetis. bagaimana proses pembuatan model pembelajaran yang diperlukan agar tidak menumpuk sampah? Apa persyaratan kemampuan finansial?

Tujuan Kegiatan, Tujuan utama dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pendidikan dan pelatihan kepada warga Desa Meruya Utara, khususnya untuk: Meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan; Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang pengolahan sampah. ; Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat terhadap timbulan sampah bekas.

PELAKSAAN DAN METODE

Dalam Kegiatan Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat dibagi menjadi tiga tahap, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan dan pemantauan. Berikut rincian langkah-langkah yang harus dilakukan:

Sasaran kegiatan ini adalah metode implementasi yang digunakan dalam kegiatan ini berupa pelatihan. Peserta dipersilakan datang pada pertemuan dengan jadwal yang telah disepakati. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang ditujukan kepada warga Kampung Sangrahan RT 03 RW03 Meruya Utara-Kembangan Jakarta Barat, mulai pukul 09.00 s/d 14.00, dengan jumlah peserta 60 orang, mempunyai tujuan sebagai berikut: A. Mampu menciptakan dan menumbuhkan kesadaran akan inovasi produk. B. Mampu meningkatkan nilai volume penjualan. C. Mampu mengembangkan hubungan dalam rantai penjualan yang lebih luas. D. Keterampilan manajerial dan kewirausahaan yang termotivasi. Secara lebih rinci, berikut urutan kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya yang harus dilakukan, yaitu:

1. Tahap persiapan yang dilakukan sebelum kegiatan dan diserahkan kepada kelompok mitra adalah; (a) penyiapan program penyuluhan dan pelatihan Pengembangan program penyuluhan dan pelatihan agar kegiatan yang dilaksanakan lebih terorganisir dan terarah. Program ini mencakup seluruh permasalahan teknis, manajerial dan jadwal, (b) modul manajemen meliputi pendampingan teknis, penanganan dan penyuluhan berkelanjutan, dan (c) penyiapan sarana dan prasarana pelatihan. Persiapan tersebut antara lain berupa pemberian sarana dan prasarana pelatihan dan penyuluhan, serta (d) koordinasi lapangan.
2. Tahapan pelaksanaan, antara lain: Pelatihan ini diharapkan dapat dilaksanakan secara komprehensif dan berkesinambungan untuk memastikan mitra masyarakat benar-benar memahami dan menguasai pengobatan secara mandiri dan kelompok ini merupakan orang tua/kelompok inti yang selanjutnya akan dibentuk kader di wilayahnya masing-masing.
3. Tahapan evaluasi, monitoring dan evaluasi. Pengawasan dilakukan secara intensif oleh tim pelaksana pada setiap kegiatan untuk memastikan pelaksanaan kegiatan dapat berjalan sesuai rencana. Evaluasi dilakukan sejalan dengan pemantauan, sehingga apabila terdapat permasalahan segera diselesaikan. Evaluasi dilakukan pada setiap tahapan kegiatan, sedangkan desain evaluasi memuat uraian tentang bagaimana dan kapan evaluasi akan dilakukan, kriteria, indikator pencapaian tujuan, dan tolak ukur yang digunakan untuk menyatakan keberhasilan kegiatan yang dilaksanakan. Membimbing mitra untuk terus memberikan pengawasan

yang konsisten dan memaksimalkan sentra UMKM yang ada untuk meningkatkan kinerja mitra dan mendukung program pemerintah dalam pemberdayaan komunitas UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Kegiatan PKM tahun ajaran 2023-2024

Kegiatan untuk mencapai keberlangsungan usaha menjelaskan materi untuk membantu peserta memahami tentang aktivasi strategi komunikasi pemasaran terpadu. Adapun materi yang dijelaskan terbagi menjadi 3 bagian sebagai berikut. Bagian 1 berisi tentang konteks fenomena yang terjadi. Bagian 2 sebagai pengenalan tentang pengertian komunikasi pemasaran terpadu, jenis-jenis komunikasi pemasaran, tujuan peningkatan komunikasi pemasaran terpadu dan cara meningkatkan komunikasi pemasaran terpadu yang merupakan panduan bagi peserta. Bagian 3 merupakan kesimpulan dari materi yang diberikan.

2. Penjelasan materi pelatihan.

Bagian 1: Latar belakang fenomena yang terjadi.

Dalam konteks perekonomian yang belum sepenuhnya pulih, daya beli masyarakat yang terus menurun, banyak masyarakat yang kini memulai usaha sendiri dan dengan mudahnya pemasaran digital, banyak bermunculan wirausaha-wirausaha baru. Banyaknya wirausaha baru yang bersaing ketat dengan wirausaha yang sudah ada, serta menurunnya daya beli masyarakat tentu membuat masyarakat semakin selektif dalam membeli produk. Terdapat kecenderungan konsumen memilih produk yang diketahui melalui pengalaman penggunaan produk dan berdasarkan komunikasi pemasaran berkelanjutan yang dilakukan pemasar.

Bagian 2: Definisi dan strategi komunikasi pemasaran terpadu

Menurut Kotler & Keller (2016), Komunikasi pemasaran terpadu adalah konsep di mana perusahaan mengintegrasikan dan mengoordinasikan sejumlah saluran komunikasi yang berbeda untuk mengirimkan pesan yang jelas, konsisten, dan menarik tentang perusahaan dan produknya. Dalam dunia komunikasi pemasaran yang berubah cepat, komunikasi pemasaran melalui periklanan bukanlah satu-satunya, bahkan bukan yang terpenting, cara membangun dan memperhatikan ekuitas merek dan mendorong penjualan, namun dengan goyang komunikasi pemasaran yang terintegrasi mereka, dapat mendorong goyang-ekuitas dan memperhatikan penjualan, jadi selama ukuran yang sangat luas, dapat mencapai pasar yang jauh lebih besar dan dapat menikmati brand equity dan penjualan produk.

Komunikasi pemasaran terpadu dapat dicapai dengan menggunakan strategi berikut, yaitu: Periklanan, yaitu semua bentuk promosi ide, barang atau jasa berbayar di jejaring sosial, surat kabar cetak, dll. ; Promosi penjualan, berbagai kegiatan yang dilakukan untuk mendorong pembelian barang atau jasa (pameran, pasar, dan lain-lain); Acara dan pengalaman yang disponsori perusahaan, kegiatan dan program yang dirancang untuk menciptakan keterlibatan atau interaksi sehari-hari terkait dengan merek tertentu (festival musik, acara amal, olahraga, dll.); Hubungan masyarakat dan periklanan, berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra

perusahaan atau produk individualnya (seminar, hubungan masyarakat). ; Pemasaran langsung dan interaktif, kegiatan dan program online yang dirancang untuk menarik pelanggan atau calon pelanggan secara langsung atau tidak langsung, meningkatkan kesadaran, meningkatkan citra atau menghasilkan penjualan yang menjual barang dan jasa (menggunakan telepon, email, atau Internet untuk berkomunikasi secara langsung dengan meminta jawaban atau berdialog dengan pelanggan dan prospek tertentu); Penjualan personal, interaksi langsung dengan satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan melakukan perkenalan, menjawab pertanyaan, dan melakukan pemesanan.

Pada bagian ini akan dijelaskan kesimpulan atau rangkuman dari keseluruhan materi yang diberikan. Kesimpulannya sebagai berikut: Komunikasi pemasaran terpadu merupakan proses bisnis strategis dalam manajemen hubungan konsumen yang tujuan utamanya adalah menciptakan nilai merek; Komunikasi pemasaran mendorong hubungan yang lebih erat antara pelaku bisnis (melalui barang/jasa) dan konsumen, dimana komunikasi pemasaran terpadu mengarah pada pengembangan dan pemeliharaan hubungan pelanggan yang baik dan harmonis. ; Komunikasi pemasaran dapat membujuk konsumen untuk tetap setia dan mencoba inovasi perusahaan. ; Dampak keseluruhannya adalah perusahaan mendapatkan keuntungan dari peningkatan margin keuntungan, yang merupakan satu-satunya alasan perusahaan beroperasi.

Evaluasi hasilnya dan penjelasan keterkaitannya dengan pembelajaran serta capaian luaran

- a) Kegiatan penyediaan dokumen “Pelatihan Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu untuk Mencapai Keberlanjutan Usaha” yang terangkum dalam seminar dan konsultasi langsung dalam Program Pengabdian Kepada Masyarakat yang mengangkat tema “Mengembangkan pengelolaan UMKM untuk mencapai keberlangsungan usaha dan kelestarian lingkungan hidup. merupakan kerjasama Fakultas Ekonomi dan Perdagangan Universitas Mercu Buana dengan Universitas Nasional yang dilaksanakan pada tanggal 24 Januari 2024, di hadapan peserta yang merupakan para pengusaha UMKM yang berbasis di Kampung Sangrahan RT 03 RW03 Meruya Utara-Kembangan Jakarta Barat , pukul 09.00 s/d 14.00 dengan jumlah peserta sebanyak 60 orang
- b) Kegiatan berlangsung sukses besar dan pada saat pembagian materi peserta mengikuti dengan sangat antusias, kegiatan dilanjutkan dengan sesi tanya jawab
- c) Setelah mengikuti Dalam pelatihan tersebut, peserta memperoleh keterampilan umum terkait pentingnya strategi membangun brand awareness dan juga kuesioner harus diisi untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan.
- d) Materi yang diberikan pada acara ini terkait dalam mata kuliah Manajemen Pemasaran.

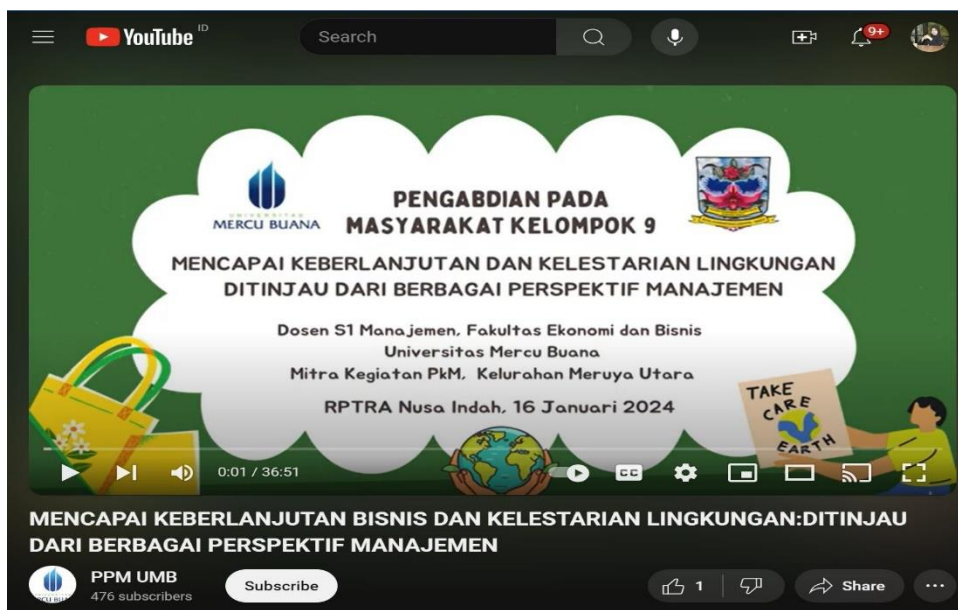
Capaian Luaran adalah: Jurnal PKM, publikasi media massa, video hasil PKM yang berkaitan dengan pengajaran, dan HKI.



Gambar 1. Foto Dokumentasi pada saat Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat



Gambar 2. Foto Dokumentasi pada saat Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat



Gambar 3. Pengabdian pada Masyarakat Kelompok 9



Gambar 4. Pelaksanaan Kegiatan PkM

Link Video Pelaksanaan kegiatan PkM: <https://youtu.be/ViuH1LFpHMI>

Link Media massa:

<https://www.akurat.co/megapolitan/1303964675/mencapai-keberlanjutan-bisnis-dan-kelestarian-lingkungan-feb-umb-selenggarakan-pkm-di-rptra-%20nusa-indah-kelurahan-meruya-utara>

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Acara pengabdian masyarakat UMB dilaksanakan di Kampung Sangrahan RT 03 RW03 Meruya Utara-Kembangan Jakarta Barat, pukul 09.00 hingga 14.00, dengan jumlah peserta 60 orang, 24 Januari 2024. Terlaksana dengan baik dan sukses. Menurut peserta, program ini sangat bermanfaat karena narasumber dapat menyampaikan materi dengan kalimat yang sederhana sehingga mudah dipahami. Materi yang dibahas oleh para narasumber adalah pelatihan Konsep Perluasan Inovasi Produk bagi kelompok UMKM agar memiliki keunggulan kompetitif dan nilai tambah serta dapat berpartisipasi dalam menjaga lingkungan.

Rekomendasi

Rekomendasi hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat diberikan sebagai berikut: a) diperlukan kegiatan pelatihan yang berkesinambungan agar pendampingan dapat berjalan lebih maksimal. b) diperlukan kegiatan pendampingan bagi peserta yang dapat memanfaatkan jadwal rutin kegiatan masyarakat di Sangrahan Meruya Utara-Kembangan Jakarta Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, H., Soelton, M., Saratian, E., Tafiprios, T., Puspaningrum, A., & Mugiono, M. (2021). Implementantation Entrepreneurship Education Online-Learning Program To Create Farmer Entrepreneur Through Urban Farming. ICCD, 3(1), 102-106. <https://doi.org/10.33068/iccd.Vol3.Iss1.311>
- Arief, H., Soelton, M., Saratian, E., Tafiprios, T., Puspaningrum, A., & Mugiono, M. (2021). Implementantation Entrepreneurship Education Online-Learning

- Program To Create Farmer Entrepreneur Through Urban Farming. ICCD, 3(1), 102-106. <https://doi.org/10.33068/iccd.Vol3.Iss1.311>
- Arijanto, A., Soelton, M., Bagaskara, M., Karyatun, S., Sari, V., Yuliantini, T., & Yussoff, Y. (2023). Strengthening Leadership Patterns For The Msme Group's Sustainable At Bantarjaya-Rancabungur-Bogor. ICCD, 5(1), 501-506. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.597>
- Asih, D., Soelton, M., Siolembe Patiro, S., Ramli, Y., Nurhayati, M., & Yussoff, Y. (2023). Marketing Invasion For MSME Groups At Bantarjaya-Bogor. ICCD, 5(1), 278-283. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.612>
- Asih, D., Soelton, M., Tkhorikov, B., Ratnawati, K., Puspaningrum, A., & Ramli, Y. (2022). Sustainable Product: Endless Campaign For A Healthy Life. ICCD, 4(1), 334-338. <https://doi.org/10.33068/iccd.v4i1.486>
- Asih, D., Utami, W., Imaningsih, E., Yuliantini, T., Soelton, M., Martawireja, A., & Kasmoo, A. (2021). Prioritizing The Role Of Baitul Maal Wat Tamwil In Empowering The Community's Economy. ICCD, 3(1), 57-61. <https://doi.org/10.33068/iccd.Vol3.Iss1.301>
- Asih, D., Utami, W., Imaningsih, E., Yuliantini, T., Soelton, M., Martawireja, A., & Kasmoo, A. (2021). Prioritizing The Role Of Baitul Maal Wat Tamwil In Empowering The Community's Economy. ICCD, 3(1), 57-61. <https://doi.org/10.33068/iccd.Vol3.Iss1.301>
- Astini, R., Harwani, Y., & Soelton, M. (2022). Insights Into Understanding Sustainable Marketing Management. ICCD, 4(1), 244-249. <https://doi.org/10.33068/iccd.v4i1.472>
- Aulia, I., Soelton, M., Hanafiah, A., Thoullon, M., Paijan, P., Karyatun, S., & Saratian, E. (2023). Entrepreneurial Planning Strategy At Meruya Utara-Kembangan-Jakarta. ICCD, 5(1), 121-128. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.571>
- Harwani, Y., Apriadi, I., Asih, D., Sihite, J., Soelton, M., & Yussoff, Y. (2023). Product Innovation Expansion For Msme Groups In Bantarjaya Village Rancabungur - Bogor. ICCD, 5(1), 115-120. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.570>
- Imaningsih, E., Asih, D., Noermijati, N., Soelton, M., Pribadi, R., & Rahayu, E. (2021). Post-Pandemic Economic Recovery With Baitul Maal Wat Tamwil. ICCD, 3(1), 62-66. <https://doi.org/10.33068/iccd.Vol3.Iss1.302>
- Imaningsih, E., Asih, D., Noermijati, N., Soelton, M., Pribadi, R., & Rahayu, E. (2021). Post-Pandemic Economic Recovery With Baitul Maal Wat Tamwil. ICCD, 3(1), 62-66. <https://doi.org/10.33068/iccd.Vol3.Iss1.302>
- Kurniawan, D., Marlapa, E., Soelton, M., Buana, D., Thoullon, M., Yussoff, Y., & Naibaho, M. (2023). Increase The Potential of Quality Management To Expand The Relationship With The Parties. ICCD, 5(1), 507-513. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.598>
- Marlapa, E., Srihadi, T., Yuliantini, T., & Soelton, M. (2023). Socialization Of Hr Management To Encourage Msmes To Become Sustainable And Sustainable Enterprises In Marunda. ICCD, 5(1), 262-265. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.584>

- Nandiwardana, A., Soelton, M., Permana, D., Karyatun, S., Asih, D., Widyanty, W., & Kharzai, M. (2023). Used Goods Creation For Sustainable Business At Srengseng-Jakarta. ICCD, 5(1), 86-92. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.557>
- Nawangarsi, L., Siswanti, I., & Soelton, M. (2023). Human Resources Management Strategy For Business Sustainability In Msmes. ICCD, 5(1), 514-518. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.599>
- Putra Saratian, E., Arief, H., Ramli, Y., Permana, D., & Soelton, M. (2023). Introduction of Sharia Financing Contracts For The Indonesian Msmes. ICCD, 5(1), 296-301. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.618>
- Ramli, Y., Permana, D., Shiratina, A., Soelton, M., & Yusoff, Y. (2023). Implementing Innovation Strategic Against Sustainability Business On The Micro, Small And Medium Enterprises. ICCD, 5(1), 60-65. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.658>
- Ramli, Y., Permana, D., Soelton, M., & Koe, W.-L. (2022). Implementing Strategic Sustainability Business On The Micro, Small And Medium Enterprises. ICCD, (1), 232-236. <https://doi.org/10.33068/iccd.v4i1.470>
- Ratnawati, K., & Soelton, M. (2022). The Role Of Digital Financial Literacy On Firm Performance In Micro Industry. ICCD, 4(1), 95-101. <https://doi.org/10.33068/iccd.v4i1.447>
- Saratian, E., Arief, H., Ramli, Y., Permana, D., & Soelton, M. (2022). Sharia Financial Inclusion As The Catalyst For The Sustainability Of The Indonesian Msmes. ICCD, 4(1), 237-243. <https://doi.org/10.33068/iccd.v4i1.471>
- Soelton, M., Permana, D., Ramli, Y., Hanafiah, A., Karyatun, S., Srihadi, T., & Risman, A. (2023). Business Plan Counseling In Creating Micro-Entrepreneurship At Kemanggisan-Jakarta. ICCD, 5(1), 266-271. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.589>
- Soelton, M., Ramli, Y., Permana, D., Martawireja, A., Nurhayati, M., Saratian, E., & Arief, H. (2021). Increasing Smes Social Impact With Baitul Maal Wat Tamwil. ICCD, 3(1), 52-56. <https://doi.org/10.33068/iccd.Vol3.Iss1.299>
- Soelton, M., Ramli, Y., Permana, D., Martawireja, A., Nurhayati, M., Saratian, E., & Arief, H. (2021). Increasing Smes Social Impact With Baitul Maal Wat Tamwil. ICCD, 3(1), 52-56. <https://doi.org/10.33068/iccd.Vol3.Iss1.299>
- Soelton, M., Rohman, F., Mugiono, M., Indrajaya, S., Marlapa, E., & Vizano, N. (2022). Business Plan Model In Creating Family Entrepreneurship. ICCD, 4(1), 216-220. <https://doi.org/10.33068/iccd.v4i1.467>
- Soelton, M., Saratian, E., Wuryandari, N., Saragih, L., Setini, M., Ali, A., & Arijanto, A. (2021). Prevention Of Drugs Abuse By Improving Entrepreneurial Skills. ICCD, 3(1), 236-240. <https://doi.org/10.33068/iccd.Vol3.Iss1.349>
- Tafiprios, T., Fajrin, N., Ali, A., & Soelton, M. (2022). Community Awareness With Environmentally Friendly Packaging. ICCD, 4(1), 29-33. <https://doi.org/10.33068/iccd.v4i1.435>

- Vizano, N., Lo, S., Sumarto, A., Karyatun, S., Thoullon, M., Naibaho, M., & Soelton, M. (2023). Utilizing Waste Goods As A Medium Improving Entrepreneurial Enthusiasm At Srengseng-Jakarta. *ICCD*, 5(1), 272-277. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.590>
- Vizano, N., Saragih, L., Nandiwardhana, A., Apriadi, I., Yuniarinto, A., & Soelton, M. (2022). Is An Ornamental Plant Business Riskless?. *ICCD*, 4(1), 221-225. <https://doi.org/10.33068/iccd.v4i1.468>
- Wahyono, T., Imaningsih, E., Permana, D., Priyono, P., Arijanto, A., & Soelton, M. (2022). Significant And Substantial Opportunity In Family Entrepreneurship. *ICCD*, 4(1), 539-543. <https://doi.org/10.33068/iccd.v4i1.518>
- Wahyono, T., Karyatun, S., Soelton, M., Priyono, P., Prasetya, P., Arief, H., & Nandiwardana, A. (2023). Increasing Family Entrepreneurship Opportunities. *ICCD*, 5(1), 129-134. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.572>
- Yuliantini, T., Asih, D., Sudiro, A., Apriadi, I., Yuniarinto, A., Suryadhi, J., & Kurniawan, D. (2021). Online-Learning Program To Develop Leadership On Student Council Organisation. *ICCD*, 3(1), 303-307. <https://doi.org/10.33068/iccd.Vol3.Iss1.366>
- Yuliantini, T., Marlapa, E., Asih, D., Srihadi, T., Rohman, A., & Soelton, M. (2023). Business Planning Based On Green Management, Should Be Sustainable?. *ICCD*, 5(1), 135-140. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.573>
- Yuliantini, T., Soelton, M., Imaningsih, E., Karyatun, S., Ali, A., & Paijan, P. (2022). Green Halal Products: Family Sme's Opportunity. *ICCD*, 4(1), 226-231. <https://doi.org/10.33068/iccd.v4i1.469>