



Penerapan Marketing Mix Pada Usaha Dompot Kain Perca Untuk Meningkatkan Santripreneur Di Pondok Al-Ghuroba

Susetyowati Sofia¹, Rokhimah Rokhimah², Andi Hasrun³, Sartika Sartika⁴, Marpiana Marpiana⁵, Iqli Salbiah Ali⁶, Nur Cahyani Fitriana Takbir⁷, Salfira Salfira⁸

^{1, 4-8} Universitas Muhammadiyah Sorong, Indonesia

Jl. Pendidikan, No.27, Remu Utara, Malaingkeci, Sorong Utara, Kota Sorong, Papua Barat Daya

^{2,3} Institut Agama Islam Negeri Sorong, Indonesia

Jl. Sorong-Klamono Km. 17 Kelurahan Klalim, Kota Sorong, Papua Barat Daya

Email: susetyowati.sofia@gmail.com¹, rokhimah@iainsorong.ac.id², andihhasrun@iainsorong.ac.id³, sartikayunita0105@gmail.com⁴, marpiana.piana24@gmail.com⁵, iqlislsb11@gmail.com⁶, thirafitri99@gmail.com⁷, salfiraira1209@gmail.com⁸

Korespondensi penulis: rokhimah@iainsorong.ac.id

Abstract: *Community service by implementing a marketing mix in the patchwork wallet business to increase santripreneurs at Pondok Al-Ghuroba. The activity aims to create students to become reliable entrepreneurs. With the santripreneur program, the students will be motivated, will receive entrepreneurial knowledge, and will be trained in earnest in order to gain experience. The team made a patchwork wallet innovation. Patchwork is leftover fabric from sewing, at first glance, patchwork has no benefits and tends to be thrown away, but the team from group 4 innovates by utilizing patchwork into something useful. Through this wallet innovation, we are able to turn the remaining pieces of cloth into a product that has high economic value. Meanwhile, the marketing team provided assistance in implementing the marketing mix for patchwork quilt products that were ready to be marketed. Product implementation, pricing implementation, distribution implementation and promotion implementation are taken into consideration in the marketing planning process. The method of implementation in the activity is observation, licensing, preparation, implementation, discussion, reinforcement of the material*

Keywords: *marketing mix, santripreneur, patchwork.*

Abstrak: Pengabdian kepada masyarakat dengan penerapan marketing mix pada usaha dompot kain perca untuk meningkatkan santripreneur di Pondok Al-Ghuroba. Kegiatan bertujuan untuk menciptakan santri menjadi seorang wirasaha yang handal. Dengan adanya program santripreneur, para santri akan termotivasi, mendapat bekal ilmu kewirausahaan, serta dilatih dengan sungguh-sungguh agar mendapat pengalaman. Tim membuat inovasi dompot dari kain perca. Kain perca adalah kain sisa dari penjahitan, sepiantas kain perca tidak memiliki manfaat dan cenderung di buang, akan tetapi tim dari kelompok 4 berinovasi dengan memanfaatkan kain perca menjadi sesuatu yang bermanfaat. Melalui inovasi dompot ini kami mampu mengubah sisa potongan kain menjadi sebuah produk yang memiliki nilai ekonomis tinggi. Sedangkan tim pemasaran memberikan pendampingan penerapan marketing mix (bauran pemasaran) pada produk dompek kain perca yang sudah siap untuk dipasarkan. Penerapan produk, penerapan harga, penerapan distribusi dan penerapan promosi menjadi menjadi pertimbangan dalam proses perencanaan pemasaran. Metode pelaksanaan dalam kegiatan yaitu obeservasi, perizinan, persiapan, pelaksanaan, diskusi, penguatan materi

Kata kunci: marketing mix, santripreneur, kain perca.

1. PENDAHULUAN

Pondok pesantren bukanlah institusi pendidikan yang baru, melainkan institusi pendidikan yang tertua di Indonesia. Bahkan jika dibandingkan dengan lembaga pendidikan yang pernah muncul di Indonesia, pesantren dianggap sebagai produk budaya Indonesia yang asli. Pada zaman penjajahan, institusi ini bukan hanya tempat membina ilmu, tetapi juga di jadikan basis perjuangan mengusir penjajahan bangsa-bangsa asing seperti Belanda dan Jepang. Pondok pesantren adalah lembaga pendidikan tradisional islam untuk mempelajari,

memahami, mendalami, menghayati, dan mengamalkan ajaran islam dengan menekankan pentingnya dasar keagamaan sebagai perilaku keseharian dalam melakukan interaksi sosial.

Ada beberapa pondok pesantren yang berada di Sorong Raya, salah satunya adalah pondok pesantren Al-Ghuroba. Pondok pesantren Al-Ghuroba merupakan pondok dimana kami melakukan pengabdian masyarakat. Pondok tersebut bertempat di Sp.1 yang beralamat di jalan Flamboyan, Klasuluk, Mariat, Kabupaten Sorong, Papua Barat Daya. Pondok pesantren Al-Ghuroba merupakan bentuk pendidikan pondok pesantren modern. Pondok pesantren mampu mengubah kepribadian karakter santriwan dan santriwati untuk menjadi orang yang berguna di masa depan. Santripreneur merupakan istilah yang berasal dari gabungan kata “santri” dan “entrepreneur”. Dimana santri merupakan orang yang menuntut ilmu di pesantren sedangkan entrepreneur merupakan seorang wirausahawan atau seseorang yang menjadi wirausaha. Program pengembangan santri yang bertujuan menumbuhkan pemahaman dan keterampilan santri dalam menghasilkan produk unik sesuai syariah yang berorientasi pada kemanfaatan dan keuntungan. Santri memiliki potensi yang sangat besar dalam mendorong kemajuan pembangunan bangsa melalui pengembangan kewirausahaan.

Pesantren mempunyai kultur kemandirian yang sangat kuat. Kemandirian ini semakin kuat mengingat kebutuhan, pola dan gaya hidup di pesantren rata-rata dipenuhi sendiri. Dalam menjalankan usahanya seorang wirausaha harus pandai melihat peluang kedepan, serta memiliki inovasi baru untuk membangun usahanya. Dengan demikian santripreneur adalah seseorang yang menuntut ilmu di pondok pesantren serta mampu belajar dan memulai wirausaha program santripreneur di adakan untuk menciptakan santri menjadi seorang wirausaha yang handal. Dengan adanya program santripreneur, para santri akan termotivasi dan dibekali ilmu kewirausahaan, serta dilatih dengan sungguh-sungguh dan dengan pendampingan. Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif dan kreatif, berdaya, bercipta, berkarya, bersahaja, serta berusaha dalam meningkatkan pendapatan atas kegiatan usahanya. Seorang entrepreneur adalah seseorang yang bisa menciptakan sebuah usaha maupun bisnis baru.

Seorang wirausaha harus lebih kreatif dan inovatif dalam membuat produk atau jasanya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pengusaha dapat bekerja lebih efektif dan efisien berkat adanya kreatifitas dan inovasi. Inovasi adalah menemukan suatu hal yang baru atau melakukan berbagai pembaruan yang terbentuk dalam sebuah produk, ide, desain, dan lain sebagainya. Dan tim membuat inovasi dompok dari kain perca. Kain perca adalah kain sisa dari penjahitan sepiantas kain perca tidak memiliki manfaat dan cenderung di buang, akan tetapi tim dari kelompok 4 berinovasi dengan memanfaatkan kain perca menjadi sesuatu yang

bermanfaat. Melalui inovasi dompet ini tim mampu mengubah sisa potongan kain menjadi sebuah produk yang memiliki nilai ekonomis tinggi. Kebanyakan dompet yang dijual di pasaran adalah serut dengan desain polos. Hal ini mendorong tim untuk menciptakan produk dompet dari kain perca.

Di samping itu, produk yang telah produksi perlu dikenalkan kepada konsumen, yaitu dengan menerapkan berbagai teknik pemasaran. Salah satu aspek di dalam pemasaran yang tidak kalah pentingnya dan menarik tanpa harus melihat produk langsung adalah kemasan. Pemasaran sangat penting dalam kesuksesan suatu bisnis. Sebagaimana diketahui bahwa produk atau pun jasa yang dihasilkan oleh pengusaha tidak mungkin dapat mencari sendiri konsumennya. Diperlukan bagian yang bekerja secara kusus untuk selalu berinteraksi dengan konsumen. Pemasaran berfungsi untuk menjalin komunikasi interaksi dengan konsumen maupun calon konsumen perusahaan. Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan dalam hal berinterkasi dengan konsumen. Satu-satunya tujuan pemasaran adalah kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*).

Dalam pemasaran terdapat empat variabel pening yang disebut marketing mix (Buchari Alma, 2009), yaitu: *product* (produk), *price* (harga), *place* (saluran distribusi) dan *promotion* (promosi). *Marketing mix* merupakan kombinasi empat variabel yang merupakan inti dari pemasaran yang dipakai oleh pemasar sebagai sarana untuk memenuhi atau melayani kebutuhan dan keinginan konsumen. Salah satu komponen dari *marketing mix* adalah *promotion*. Mengembangkan dan mempertahankan usaha dapat dilakukan dengan sistem pemasaran usaha yang baik dan terencana. Empat variabel *marketing mix* (4P) yang bisa diterapkan dalam suatu usaha yaitu :

a. Produk

Segala sesuatu yang di tawarkan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang melingkupi kualitas, ciri, merek, kemasan, pelayanan, garansi, dan lainnya. Produk merupakan hal paling penting dalam strategi *marketing* yang harus di perhatikan oleh seorang usaha dalam memasarkan barang maupun jasanya. Melalui pemasaran dapat menarik minat konsumen dengan memberikan produk yang sesuai kebutuhan, memiliki mutu terbaik, berkinerja, ataupun inovatif.

b. Harga

Nilai dari suatu barang yang diukur dengan uang, termasuk daftar harga, promo jangka waktu pembayaran, syarat kredit. Harga memegang peranan penting dalam proses terjadinya kesepakatan dalam jual beli. Dalam menentukan pilihan, harga tentunya menjadi

salah satu hal yang dipertimbangkan. Dengan modal dan kualitas produk yang baik, maka harga yang di tawarkan pun beragam.

c. Tempat

Berkaitan dengan proses distribusi yang merupakan kegiatan perusahaan yang saling berkaitan agar dapat menjadikan suatu produk/jasa siap digunakan atau di konsumsi, dalam hal ini termasuk lokasi, persediaan transportasi, dan cakupan pasar. Tempat yang strategis dan mudah di jangkau tentunya juga menjadi faktor pendukung terhadap keputusan membeli suatu barang atau jasa.

d. Promosi

Promosi merupakan bagian dari komunikasi yang bertujuan memberikan penjelasan agar dapat meyakinkan konsumen mengenai barang/jasa yang ditawarkan. Proses pemasaran dapat dilakukan dengan cara periklanan publik relation dan tenaga penjualan. Kegiatan promosi menjadi faktor pendukung lainnya terhadap keberhasilan pemasaran suatu produk/jasa.

Peningkatan keterampilan pemasaran sangat dibutuhkan pengetahuan mengenai pemasaran secara online dan offline ditengah maraknya perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi. Adapun tahapan dalam memasarkan melalui media online yaitu: memahami peran dan fungsi media digital, menetapkan segmen market bisnis, menggunakan iklan digital marketing, memilih media digital yang tepat. Adapun memasarkan secara offline yaitu: komunikasi langsung, iklan cetak, gunakan umpan balik ke pelanggan, membagikan brousur.

2. METODE PENGABDIAN

Kegiatan ini dilaksanakan di pondok pesantren Modern AL-Ghuroba. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, ada beberapa tahap pelaksanaan yang harus dilaksanakan antara lain:

a. Observasi

Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi tim dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Observasi dalam kegiatan awal yaitu dengan melakukan pengamatan langsung di pondok Al-Ghuroba untuk mengetahui kondisi yang dibutuhkan untuk meningkatkan santripreneur. Untuk memperoleh informasi yang diperlukan dan melanjutkan wawancara kepada kepala sekolah. Sebelum melakukan kegiatan tim melakukan observasi secara langsung pada

tempat yang digunakan untuk melakukan pelatihan penerapan bauran pemasaran di Sp.1 yang beralamatkan Jalan Flamboyan, Klasuluk, Mariat, Kabupaten Sorong, Papua Barat Daya.

b. Perizinan

Setiap kegiatan yang menggunakan tempat untuk melakukan kegiatan harus memiliki izin terlebih dahulu. Sebelum melakukan kegiatan tim melakukan perizinan dengan mengantarkan surat kepada pihak pondok. Setelah diizinkan, tim melakukan persiapan untuk melaksanakan kegiatan. Berikut adalah tahap perijinan antara lain:

- 1) Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat melakukan survei awal ke Pondok Modern Al-Ghuroba
- 2) Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat menghubungi KepalaPondok
- 3) Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat menentukan waktu yangtepat untuk melaksanakan pengabdian.

c. Persiapan

Tahap persiapan merupakan rangkaian kegiatan sebelum pengumpulan dan pengolahan data, pada tahap ini akan di susun kegiatan yang harus di lakukan dengan tujuan untuk mengefektifkan persiapan dalam perencanaan. Persiapan salah satu kunci suksesnya suatu kegiatan berlangsung, dengan persiapan matang tim melakukan setiap prosesnya. Keberhasilan kegiatan juga sangat bergantung dari persiapannya. Dengan persiapan yang baik dalam kegiatan akan menghasilkan hasil yang baik. Sebelum melaksanakan kegiatan, timpun melakukan berbagai pesiapan untuk mensukseskan kegiatan yang tim lakukan, persiapan yang dilakukan. Dalam kegiatan pelatihan ini persiapan yang di lakukan antara lain: ruangan (meja dan kursi) , proyektor (pemaparan materi), spanduk, id card (identitas diri), konsumsi, dan peralatan. Persiapan kegiatan ini dilakukan sebelum kegiatan di adakan. (Fabiana Meijon Fadul, 2019). Persiapan yang dilakukan tim pada hari kegiatan berlangsung kegiatan yaitu :

- 1) Tim mempersiapkan bahan yang diperlukan
- 2) Tim mempersiapkan alat yang digunakan
- 3) Tim mempersiapkan konsumsi unuk para peserta yang ikut kegiatan
- 4) Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat menuju ke lokasi sesuai dengan waktu yang ditentukan
- 5) Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat memberikan pengarahan dan mempraktekkan pembuatan dompet kain perca kepada para para santri Al-Ghuroba
- 6) Tim pemasaran mempersiapkan materi yang digunakan untuk pendampingan praktek

d. Pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan usaha-usaha yang di lakukan untuk melaksanakan semua rencana dan kebijaksanaan yang telah dirumuskan dan di tetapkan dengan melengkapi segala kebutuhan alat-alat yang diperlukan, siapa yang akan melaksanakan, dimana tempat pelaksanaannya dan kapan waktu dimulainya. Pelaksanaan sebagai proses dalam bentuk rangkaian kegiatan, yaitu berawal dari kebijakan guna mencapai suatu tujuan maka kebijakan itu diturunkan dalam suatu program dan proyek. (Oktabela, 2018).

e. Diskusi

Diskusi adalah kecakapan ilmiah yang respotif bersisikan pertukaran pendapat yang di jalin dengan pertanyaan-pertayaan probematik, pemunculan ide-ide ataupun pendapat yang di lakukan beberapa orang yang tergabung dalam kelompok, yang di arahkan untuk memperoleh pemecahan masalah dan mencari kebenaran. Setelah pemateri memaparkan materi ada sesi tanya jawab yang diberikan oleh para santri. (Suryanita, 2018)

f. Penguatan meteri

Mulyati (2019) yang dimaksud dengan pemberian penguatan (*reinforcement*) adalah suatu respon positif dari telah melakukan suatu perbuatan yang baik atau berpartisipasi. Pemberian penguatan ini dilakukan dengan tujuan agar audiens dapat lebih giat berpartisipasi dalam interaksi agar. Menurut skinner (dalam J.W. Santrock, 2007:274), penguatan (*reinforcement*) di bagi menjadi dua bagian yaitu penguatan positif dan penguatan negatif. Penguatan positif adalah penguatan berdasarkan prinsip bahwa frekuensi respon meningkat karena diikuti dengan stimulus yang mendukung (*rewarding*). Sedangkan penguatan negatif adalah penguatan prinsip bahwa frekuensi respon meningkat karena di ikuti dengan penghilangan stimulus yang merugikan (tidak menyenangkan). Dalam kegiatan ini, tahap penguatan adalah tahap menguatkan materi yang telah dipaparkan dan tambahan penjelasan yang kurang maksimal selama proses kegiatan berlangsung sebelum kegiatan tersebut diakhiri.(Mulyati, 2019)

3. HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dilakukan di Pondok Pesantren Modern Al-Ghuroba oleh Mahasiswa dan Dosen Fakultas Ekonomi Muhammadiyah (UNAMIN) dan Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sorong. Beberapa rangkaian kegiatan dalam proses pelaksanaan antara lain:

a. Penyampaian Materi

Dalam kegiatan ini, ada memberikan pengenalan cara membuat produk “Dompét Kain Perca” serta memberikan motivasi kepada para santri serta memasarkan produk tersebut.



Gambar 1. Materi produk dan pemasaran.

b. Penerapan Marketing Mix

Penerapan 4p, yang pertama memperkenalkan produk, dengan alasan kami membuat produk ini karena kami memanfaatkan kain perca yang ada untuk membuat kerajinan yang bernilai ekonomis agar bisa dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari, maka dari itu kami memunculkan ide bisnis untuk membuat produk dompet. Kami juga memberikan harga yakni Rp 63.000/1 pcs dompet. Tempat untuk menjual produk kami yaitu dengan media online yaitu di instagram dan facebook. Dalam bisnis ini kami mempromosikan produk dari mulut ke mulut sampai melalui media sosial. Dan untuk lebih jelaskan tim memaparkan sebagai berikut :

1) Produk

Segala sesuatu yang di tawarkan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang melingkupi kualitas, ciri, merek, kemasan, pelayanan, garansi, dan lainnya. Produk merupakan hal paling penting dalam strategi *marketing* yang harus di perhatikan oleh seorang usaha dalam memasarkan barang maupun jasanya. Melalui pemasaran dapat menarik minat konsumen dengan memberikan produk yang sesuai kebutuhan, memiliki mutu terbaik, berkinerja, ataupun inovatif. Tim membuat produk karena memanfaatkan kain perca yang ada untuk membuat kerajinan yang bernilai ekonomis agar bisa dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari, maka dari itu tim memunculkan ide bisnis untuk membuat produk dompet.



Gambar 2. Produk Berlabel



Gambar 3. Label Produk

2) Harga

Nilai dari suatu barang yang diukur dengan uang, termasuk daftar harga, promo jangka waktu pembayaran, syarat kredit. Harga memegang peranan penting dalam proses terjadinya kesepakatan dalam jual beli. Dalam menentukan pilihan, harga tentunya menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan. Dengan modal dan kualitas produk yang baik, maka harga yang di tawarkan pun beragam. Produk “Dompot Kain Perca” ini memberikan inovasi motif yang menarik dan mengikuti permintaan pasar yang ada dengan harga yang terjangkau yang dapat menjangkau semua kalangan masyarakat.

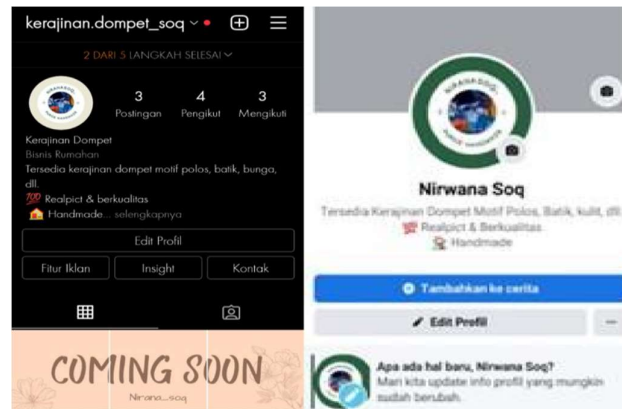
$$\begin{aligned}\text{Harga jual} &= \text{Hpp} + \text{laba} + \text{tenaga kerja} \\ &= \text{Rp. } 42.000 + (20\% \times 42.000) + (30\% \times 42.000) \\ &= \text{Rp. } 42.000 + \text{Rp. } 8.400 + \text{Rp. } 12.60 \\ &= \text{Rp. } 42.000 + 21.000 \\ &= \text{Rp. } 63.000, -\end{aligned}$$

3) Tempat atau Distribusi

Berkaitan dengan proses distribusi yang merupakan kegiatan perusahaan yang saling berkaitan agar dapat menjadikan suatu produk/jasa siap digunakan atau di konsumsi, dalam hal ini termasuk lokasi, persediaan transportasi, dan cakupan pasar. Tempat yang strategis dan mudah di jangkau tentunya juga menjadi faktor pendukung terhadap keputusan membeli suatu barang atau jasa. Kami memasarkan melalui offline yaitu

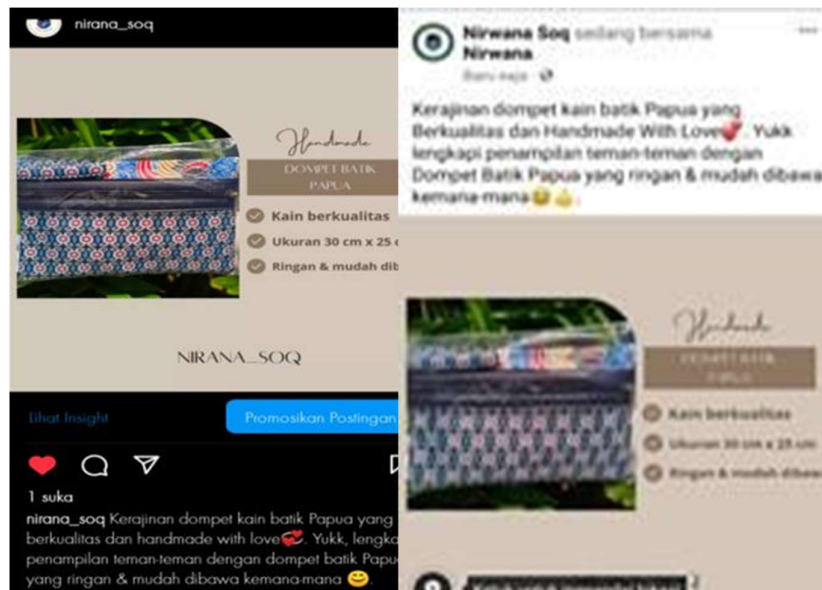
dari mulut ke mulut sedangkan lewat online kami mempromosikan produk ini melalui sosial media yaitu Instagram dan Facebook.

Gambar 4. Akun Instagram Gambar 5. Akun Facebook



4) Promosi

Promosi merupakan bagian dari komunikasi yang bertujuan memberikan penjelasan agar dapat meyakinkan konsumen mengenai barang/jasa yang ditawarkan. Proses pemasaran ini dapat dilakukan dengan cara periklanan publik relation dan tenaga penjualan. Kegiatan promosi menjadi faktor pendukung lainnya terhadap keberhasilan pemasaran suatu produk/jasa. Pemasaran atau promosi yang dilakukan untuk memperkenalkan produk dompet ini yaitu secara online dengan menggunakan media sosial Instagram dan Facebook.



Gambar 6. Promosi Di Instagram

Gambar 7. Promosi Di Facebook

4. SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di pondok modern Al-Ghuroba Kabupaten Sorong yang dilakukan oleh Mahasiswa dan Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sorong dan Dosen Institut Agama Islam Negeri Sorong melalui beberapa tahap yaitu tahap observasi merupakan tahap dalam mencari permasalahan yang dihadapi mitra. Persiapan berikutnya adalah wawancara terhadap mitra yang akan digunakan sebagai tempat pelatihan dalam mengembangkan kreatifitas melalui kerajinan dompet kain perca. Selanjutnya tahap perijinan yang merupakan tahap dimana sebelum kegiatan di laksanakan harus meminta ijin kepada kepala pondok AL-Ghuroba untuk melaksanakan kegiatan tersebut. Setelah mendapatkan ijin maka harus mempersiapkan hal-hal yang terkait dengan pelatihan ini yaitu: ruangan(meja dan kursi), proyektor(pemaparan materi), spanduk, id card (identitas diri), konsumsi, dan peralatan. Tahap pelaksanaan yaitu dilakukannya kegiatan dengan tujuan mengembangkan kreativitas para santri dalam menjalankan kewirausahaan dengan memanfaatkan sisa kain perca untuk dijadikan dompet dengan inovasi model yang menarik dan dapat memiliki nilai jual dan menjadikan sebuah peluang usaha

Kegiatan Pelatihan kerajinan dompet dari kain perca yang dilaksanakan di pondok pesantren AL-Ghuroba Kabupaten Sorong dapat menjadi peluang usaha bagi para santripreneur. Dengan adanya sisa kain diharapkan para santri dapat mengelola kerajinan tersebut dengan maksimal dan menjadikan sumber pendapatan bagi perekonomian dipondok. Dengan adanya pelatihan ini, para santri lebih mengenal produk dompet kain perca agar menjadi suatu produk yang bernilai jual tinggi dan menjadikan peluang usaha.

5. SARAN

Pelatihan ini diharapkan masyarakat khususnya para santri lebih kreatif dalam berinovasi mengembangkan sisa kain agar menjadi produk-produk yang lebih unggul dan bernilai jual yang tinggi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih terhadap pimpinan pondok modern AL-Ghuroba Kabupaten Sorong yang telah mengizinkan tim untuk mengadakan kegiatan pegabdian terhadap masyarakat di pondok modern Al-Ghuroba. Terimakasih kepada para Dosen yang telah membimbing tim dalam melaksanakan kegiatan pengabdian hingga selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwi Atmanti, H., Yusuf, E. A., Yulia Purwanti, E., & Naylah, M. (2022). *Santripreneur: Menyiapkan Lulusan Pesantren Yang Berjiwa Entrepreneurship Di Pondok Kyai Gading Kabupaten Demak*. In *Jurnal Pengabdian Aceh* (Vol. 2, Issue 2)
- Sawitri, S., Rachmawati, R., Nurrochmah, S., Wulansari, D., Jurusan, P., Jasa, T., & Produksi, D. (2013). *Kesiapan SMK dalam Implementasi Kurikulum*. In *Jurusan PTBB FT UNY*
- Subiyantoro, H., & Hadi, N. U. (n.d.). *PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PONDOK PESANTREN UNTUK MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT: Studi Kasus*
- Suryanita, Y. (2018). Penerapan Metode Diskusi dan Tanya Jawab untuk Meningkatkan Hasil Belajar Sains dan IPS. *Suara Guru: Jurnal Ilmu Pendidikan Sosial, Sains, Dan Humaniora*, 4(2), 321–327.
- Mulyati, N. W. K. (2019). Hubungan pemberian penguatan (Reinforcement) terhadap peningkatan motivasi belajar pada siswa kelas VIII semester genap SMP Negeri 2 Banyuwangi. *SOSIOEDUKASI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan Dan Sosial*, 8(1), 51–59.
- Fabiana Meijon Fadul. (2019). *METODE PENELITIAN*. 28–35.
- Oktabela, M. E. (2018). Pengertian Pelaksanaan. *Graha Ilmu*, 1–42. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Oktabela%2C+M.+E.+%282019%29.+Pelaksanaan+Pembangunan+Kawasan+Industri+Di+Piyungan+Kabupaten+Bantul+Berdasarkan+Peraturan+Daerah+Bantul+Nomor+4+Tahun+2011+%28Doctoral+dissertation%2C+UAJY%29.&btnG=