

---

## **Kegiatan Kemitraan Masyarakat Perbaikan Manajerial dan Pemasaran Produk UMK Kopsa Chicken**

### **INFO PENULIS**

Erni Danggi  
Universitas Sulawesi Tenggara  
[Ernidanggi2@gmail.com](mailto:Ernidanggi2@gmail.com)

ST. Fatmawati L  
Universitas Sulawesi Tenggara  
[fatma.sultra@gmail.com](mailto:fatma.sultra@gmail.com)

Wa Ode Dien Indalestari  
Universitas Sulawesi Tenggara  
[dyen.indalestari3095@gmail.com](mailto:dyen.indalestari3095@gmail.com)

Andi Bahrun\*  
Universitas Halu Oleo  
[Andibahrun7@gmail.com](mailto:Andibahrun7@gmail.com)

\*Korespondensi: [andibahrun7@gmail.com](mailto:andibahrun7@gmail.com)

### **INFO ARTIKEL**

ISSN: 2776-5148  
Vol. 2, No. 2, Desember 2022  
<http://almufi.com/index.php/AJPKM>

© 2022 Almufi All rights reserved

---

### ***Saran Penulisan Referensi:***

Danggi, E., Fatmawati L, S., Indalestari, W. O. D., & Bahrun, A. (2022). Kegiatan Kemitraan Masyarakat Perbaikan Manajerial dan Pemasaran Produk UMK Kopsa Chicken, *Almufi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2 (2), 118-126.

### Abstrak

Kota Kendari sebagai Ibu kota Provinsi Sulawesi Tenggara memiliki potensi yang besar untuk berkembangnya usaha mikro kecil (UMK) kuliner makanan khas daerah yang mampu menyerap tenaga kerja dan bisa menjadi mesin penggerak perekonomian daerah. UMK Kopsa Chicken mengembangkan produk makanan khas lokal khususnya wilayah Kesultanan Buton yang disebut Naswol sehingga dijadikan mitra pelaksanaan KKM Unsultra. Tujuan dari KKM ini adalah memperbaiki pengelolaan proses produksi, promosi dan pemasaran produk melalui perbaikan ruang dan kualitas proses produksi pangan yang terstandarisasi dan higienis, peningkatan pengetahuan dan keterampilan distribusi, promosi dan pemasaran berbasis digital sehingga UMK Kopsa Chicken maju dan berkembang serta dapat menggerakkan perekonomian dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan ini berlangsung dari bulan November – Desember 2022 di UMK Kopsa Chicken Kota Kendari Provinsi Sulawesi Tenggara. Langkah operasional pelaksanaan kegiatan meliputi sosialisasi, penyusunan rencana bersama, penyuluhan dan workshop, pengadaan sarana prasarana pendukung serta praktek operasionalnya. Berkaitan permasalahan UMK Kopsa Chicken Tim KKM memberikan solusi seperti pengadaan alat yang memungkinkan sirkulasi udara (ventilasi), pembuatan dan perbaikan SOP, desain dan pengadaan delivery box produk Naswol, branding gedung dan desain website Kopsa Chicken, penyuluhan dan workshop pengelolaan UMK Kopsa Chicken, kualitas proses produksi pangan yang terstandarisasi dan higienis, pentingnya branding dan promosi serta pemasaran berbasis digital, dan penyuluhan hak-hak konsumen. Adapun luaran KKM ini berupa 1) terpasang 1 unit exhaust fan blower yang bisa operasional dengan baik pada ruang produksi sehingga terjadi sirkulasi udara dengan baik, 2) Empat SOP yang diperlukan dan berkualitas yaitu SOP karyawan, SOP penarikan produk, SOP penggunaan air dan SOP rework produk, 3) Pengadaan 2 unit delivery box produk dengan branding Naswol yang mudah digunakan kurir, 4) Ada brand produk, branding tempat usaha dan Website “ Kopsa Chicken (Kopsachicken.com) yang menarik. Karyawan UMK Kopsa Chicken sebagai mitra kegiatan penerapan ipteks dan mahasiswa yang terlibat sangat antusias untuk mengikuti program KKM. Hasil KKM menunjukkan bahwa tingkat penerimaan, pemahaman dan penguasaan karyawan UMK Kopsa Chicken terhadap materi yang disuluhkan cukup tinggi dan adanya perbaikan sirkulasi udara produksi, branding produk, delivery box Naswol, promosi dan pemasaran berbasis digital dapat memperbaiki pengelolaan proses produksi dan produk Naswol higienis dan terstandarisasi, produk Naswol yang merupakan makanan khas daerah khususnya wilayah kesultanan Buton akan menjadi pembicaraan public dan dikenal luas oleh masyarakat dari berbagai kalangan secara local, nasional dan global sehingga UMK Kopsa Chicken bisa maju dan berkembang serta dapat menggerakkan perekonomian dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Perbaikan manajerial dan pemasaran UMK Kopsa Chicken akan berkontribusi pada sektor pembangunan lain khususnya sektor pendidikan seperti menjadi mitra yang baik untuk implementasi program MBKM khususnya sebagai tempat magang mahasiswa dan pemanfaatan (hilirisasi) berbagai produk hasil penelitian perguruan tinggi.

**Kata Kunci:** Brand, Digital, Konsumen, Kopsa Chicken, Naswol, Pemasaran, Pengelolaan

### A. Pendahuluan

Sulawesi Tenggara memiliki banyak makanan khas lokal yang potensial dikembangkan yang bisa berkontribusi pada perekonomian daerah dan nasional. Kota Kendari sebagai Ibu kota Provinsi Sulawesi Tenggara memiliki potensi yang besar untuk berkembangnya usaha mikro kecil (UMK) kuliner makanan khas daerah yang mampu menyerap tenaga kerja dan bisa menjadi mesin penggerak perekonomian daerah. Salah satu UMK yang bergerak dalam pengembangan makanan khas daerah adalah usaha “ Kopsa Chicken “ yang berkedudukan di Kota Kendari dengan nomor induk usaha 0220003720777. Jenis makanan ada di Warung “ Kopsa” antara lain ayam geprek, dan aneka ayam goreng lainnya dan tenaga kerja 3 orang. Disadari bahwa strategi diferensiasi produk berbasis creative enteprenenur tersebut akan bisa menciptakan peluang usaha produktif yang menguntungkan melalui usaha yang dijalankan dan menciptakan peluang usaha baru untuk menambah pendapatan usaha dan menggerakkan perekonomian masyarakat sekitar (Nawaningsih, 2016). Sejak akhir tahun 2019 menemukan jenis makanan khas local Buton yang diberi nama Naswol. Jenik makanan dengan keunikan atau ciri khas tertentu adalah keunggulan kompetitif produk yang bersangkutan dibandingkan dengan pesaing. Keunggulan kompetitif dari suatu produk mampu menciptakan pangsa pasar

(market share) lebih luas bagi produk yang dihasilkan atau menciptakan peluang bagi pasar baru (Kotler dan Amstrong, 2001). Keunggulan bersaing adalah suatu keunggulan diatas pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih kepada konsumen. Naswol menjadi jenis makanan andalan ternyata mendapat respon positif dari masyarakat terbukti peminat dan pasarnya berkembang. Proses produksi produk makanan Naswol memerlukan penerapan program manajemen risiko secara konsisten dan terukur terkait ruang dan alat produksi serta perlunya SOP penyediaan bahan baku, proses pengolahan dan produksi, packing dan SOP terkait lainnya. Jenis makanan ini berkuah/berair sehingga distribusi kepelanggan membutuhkan wadah khusus. Distribusi produk makanan khususnya Naswol dalam jumlah besar sulit melalui jasa ojek online dan khusus produk Naswol (berair) mudah tumpah, diperlukan wadah yang didesain khusus (box delivery) yang sesuai dan mudah dihandel oleh ojek online. Pemasaran makanan khususnya Naswol awalnya mengalami kesulitan karena kemampuan dibidang IT sangat rendah sehingga secara perlahan mulai menggunakan group WA, IG dan melalui upaya branding. Kendala lain pemasaran Naswol adalah jenis makanan yang berair/berkuah sehingga membutuhkan wadah tertentu dalam pendistribusian ke pelanggan. Selain itu masalah lain adalah ketika orderan dalam jumlah diatas 10 porsi melalui jasa ojek online (grab) mengalami kesulitan sehingga dibutuhkan alat distribusi pendukung untuk menyimpan Naswol porsi 10 paket keatas dan mudah diistribusi dengan jasa ojek online. Disamping itu diperlukan perbaikan manajemen dan pemenuhan hak-hak konsumen.

Bertitik tolak dari uraian diatas, maka kegiatan pengembangan UMK Kopsa Chicken melalui bimbingan dan pendampingan tentang standarisasi ruang produksi, SOP penyediaan bahan baku, proses pengolahan dan produksi, packing dan SOP terkait lainnya, pengelolaan usaha (aspek manajerial), teknologi distribusi dan terjaminnya hak-hak konsumen.

#### Tujuan

Tujuan dari KKM ini adalah memperbaiki pengelolaan proses produksi, promosi dan pemasaran produk melalui perbaikan ruang dan kualitas proses produksi pangan yang terstandarisasi dan higienis, peningkatan pengetahuan dan keterampilan distribusi, promosi dan pemasaran berbasis digital sehingga UMK Kopsa Chicken maju dan berkembang serta dapat menggerakkan perekonomian dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

#### Sasaran

Sasaran kegiatan KKM adalah UMK Kopsa Chicken. Keberhasilan program KKM ini dapat meningkatkan indeks kinerja utama PT seperti terbukanya peluang mahasiswa dan atau setelah lulus dapat direkrut menjadi tenaga kerja dan atau sebagai konsultan UMK Kopsa Chicken. UMK Kopsa Chicken akan menjadi mitra yang baik untuk implementasi program MBKM seperti tempat magang mahasiswa dan pemanfaatan (hilirisasi) berbagai produk hasil penelitian dan pengabdian dosen

## **B. Metodologi**

### **Waktu dan Tempat**

Kegiatan KKM berlangsung dari tanggal 25 November sampai dengan 26 Desember 2022 di UMK Kopsa Chicken Kecamatan Kambu Kota Kendari Provinsi Sulawesi Tenggara.

### **Penentuan Lokasi dan Subyek KKM**

Lokasi KKM di UMK Kopsa Chicken dengan pertimbangan bahwa UMK memiliki beberapa permasalahan sehingga membutuhkan transfer pengetahuan dan teknologi serta bersedia menjadi mitra dan berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan KKM. UMK Kopsa Chicken memiliki Direktur dan 5 orang karyawan serta melibatkan ojek online dalam pemasaran produk.

### **Metode Kegiatan**

#### Sosialisasi

Sosialisasi kegiatan dilakukan oleh tim pelaksana dengan melakukan koordinasi dengan aparat pemerintah kecamatan dan kelurahan dan pengelolaan UKM Kopsa Chicken.

#### Penyusunan Rencana Bersama

Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk pertemuan sumbang saran dengan pendekatan partisipatif guna menghasilkan agenda aksi yang lebih mencerminkan kondisi dan kebutuhan

UMK Kopsa Chicken. Tim bersama mitra melakukan identifikasi kebutuhan, perancangan pelaksanaan workshop yang dibutuhkan, pengadaan alat dan atau desain ruang produksi, pembuatan dan perbaikan SOP, perancangan atau desain wadah dan brand produk Naswol Kopsa Chicken serta pengorderan desain wadah yang disepakati kepada pihak percetakan, perancangan atau desain delivery box paket produk Kopsa Chicken serta pengadaannya, branding Gedungnya dan desain dan pembuatan website Kopsa Chicken yang menarik dan mudah diakses. Setelah berbagai teknologi tersebut dirancang dan dibuat akan dilakukan pendampingan dan bimbingan untuk implementasinya bagi UMK mitra.

#### Pengumpulan Baseline Data

Kegiatan pengumpulan data dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi tentang kondisi obyektif dan actual UMK Kopsa Chicken. Baseline data ini penting untuk memudahkan mengevaluasi dampak dari kegiatan ini terhadap perbaikan tingkat pengetahuan dan pemahaman karyawan terhadap materi kegiatan KKM.

#### Deskripsi Produk Teknologi

Produk teknologi yang diimplementasikan ke UMK Kopsa Chicken adalah wadah produk makanan yang ramah lingkungan dan menarik, "Delivery box" dan atau wadah yang didesain khusus (branding) yang sesuai dan mudah dihandel oleh ojek online dan website Kopsa Chicken dengan desain menarik, branding tempat usaha/gedung, SOP dan promosi serta pemasaran berbasis online/website .

#### Prosedur Kerja

Kegiatan KKM diawali dengan sosialisasi dan pengambilan data based. Workshop peningkatan kualitas SDM UMK Kopsa Chicken dan operasional implementasi teknologi akan dilakukan sebelum dan setelah ada teknologi yang dibutuhkan. Bimbingan teknis pembuatan SOP, desain content website untuk promosi dan pemasaran serta pelaksanaan Workshop yang dibutuhkan. Penyuluhan dan workshop tentang sanitasi dan praktek higienis, pengolahan bahan pangan dan packing produk, workshop promosi dan pemasaran berbasis digital, manajemen kelompok & bimbingan teknis jaminan kualitas manajemen serta pembuatan SOP, bimbingan teknis dan model pengembangan usaha, penyuluhan hak-hak konsumen dan kewajiban produsen, pengadaan exhaust fan, desain dan pengadaan delivery box dan branding tempat usaha serta desain Website

#### Monitoring dan Evaluasi

Keberhasilan kegiatan ini dapat ditinjau dari dua aspek, yaitu aspek proses pelaksanaan dan hasil yang dicapai:

Aspek proses indikator yang diukur meliputi tanggapan, pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki pengelola UMK Kopsa Chicken. Untuk mengetahui efektivitas kegiatan workshop dan bimbingan serta pendampingan dalam kegiatan program KKM yakni dilakukan penyebaran angket atau kuesioner sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan. Ukuran yang dipakai adalah persentase jawaban yang betul dalam angket. Bila responden/peserta menjawab pertanyaan 60% dengan baik, maka kegiatan penyuluhan/workshop dapat dikatakan berhasil, dan bila responden/peserta dapat menjawab 80%, maka dapat dikatakan sangat berhasil.

Mengingat waktu pelaksanaan KKM hanya sebulan sehingga tidak dapat dilakukan perhitungan peningkatan pendapatan UMK Kopsa Chicken tetapi untuk mengukur keberhasilan KKM dilakukan melalui meminta tanggapan dari Direktur UMK Kopsa Chicken

### **C. Hasil dan Pembahasan**

Implementasi program Kegiatan Kemitraan Masyarakat (KKM) diawali dengan sosialisasi kepada pihak UMK Kopsa Chicken dan dan diskusi rencana kegiatan bersama. Kegiatan sosialisasi dan diskusi diikuti oleh seluruh tim pelaksana KKM, direktur UMK Kopsa Chicken beserta beberapa karyawan yang menghasilkan rencana kegiatan yang disetujui bersama.



Gambar 1. Koordinasi Tim dan Mitra

Program KKM mengikutsertakan 25 orang mahasiswa. Keterlibatan mahasiswa dalam program KKM ini dapat meningkatkan pengetahuan dan pengalaman mahasiswa, membuka peluang bagi mahasiswa dan atau setelah lulus dapat direkrut menjadi tenaga kerja dan atau sebagai konsultan UMK Kopsa Chicken.

Kegiatan yang disepakati dan telah dilaksanakan yaitu penyuluhan tentang sanitasi dan praktek higienis, pengolahan bahan pangan dan packing produk, workshop promosi dan pemasaran berbasis digital, manajemen kelompok & bimbingan teknis jaminan kualitas manajemen serta pembuatan SOP, bimbingan teknis dan model pengembangan usaha, penyuluhan hak-hak konsumen dan kewajiban produsen, pengadaan exhaust fan, desain dan pengadaan delivery box dan branding tempat usaha serta desain Website.



Gambar 2. Workshop dan Bimbingan Teknis

Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan pelaksanaan workshop dan pelatihan program kegiatan kemitraan masyarakat (KKM) dikategorikan sangat berhasil. Hal ini tergambar dari pengetahuan dan pemahaman karyawan UMK Kopsa Chicken ketika menjawab pertanyaan terkait sanitasi dan praktek higienis pengolahan bahan pangan dan packing produk, promosi dan pemasaran berbasis digital, jaminan kualitas manajemen usaha serta penyuluhan hak-hak konsumen dan kewajiban produsen menunjukkan skor nilai diatas 80%. Keberhasilan ini ditunjang oleh karyawan UMK Kopsa Chicken berada pada kisaran umur produktif 20 -35 tahun dan tingkat pendidikan mahasiswa semester akhir dan sarjana, sehingga mempengaruhi daya tangkap transfer pengetahuan, teknologi dan inovasi baru pengelolaan usaha, promosi dan pemasaran produk pangan. Isdijoso et al. (1990) mengemukakan bahwa umur mempengaruhi keterampilan dalam mengelola usaha. Suandi (2007) bahwa tingkat pendidikan menentukan penerimaan informasi dan inovasi baru. Tingkat penerimaan, pemahaman dan penguasaan karyawan UMK Kopsa Chicken terhadap materi yang disuluhkan cukup tinggi sehingga diharapkan dapat diterapkan dengan baik dan benar serta berkelanjutan sehingga dapat memperbaiki pengelolaan proses produksi dan produk naswol higienis dan terstandarisasi, mengetahui hak-hak konsumen, memiliki jaringan pasar yang luas terlebih lagi dengan adanya SOP yang ada. *“Kegiatan Kemitraan Masyarakat (KKM) ini telah merubah cara berpikir dan meningkatkan pemahaman karyawan tentang pentingnya sanitasi dan higienis produk, branding produk dan tempat usaha, SOP promosi dan pemasaran berbasis digital serta pemahaman*

*tentang hak-hak konsumen “ (Direktur Kopsa Chicken).*

Saat KKM dilakukan bimbingan teknik pembuatan SOP dan telah dihasilkan 4 SOP yaitu SOP karyawan, SOP penarikan produk, SOP penggunaan air dan SOP rework produk. Adanya SOP ini akan membantu UMK Kopsa Chicken untuk mencapai tujuan, karena hal ini akan menjadi pedoman karyawan dalam melakukan tugasnya dan meminimalisir kesalahan dalam bekerja. SOP merupakan dokumen yang menjabarkan aktivitas setiap hari, agar pekerjaan dilakukan dapat dilakukan secara benar, tepat dan konsisten, untuk menghasilkan produk sesuai standar yang ditetapkan sebelumnya (Tathagati, 2014).



Gambar 3. Foto Workshop dan SOP

Ruang produksi telah terpasang exhaust fan blower yang bisa operasional dengan baik sehingga terjadi sirkulasi udara dengan baik. Hal ini agar sesuai dengan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1204 Tahun 2004, terkait sirkulasi udara yang baik saat proses pengolahan makanan dan agar penjamah makanan merasa nyaman dan tidak kepanasan saat bekerja.



Adanya penyerahan 2 unit delivery box paket Kopsa dengan branding Naswol dari Tim KKM kepada UMK Kopsa Chicken telah mengatasi masalah ketidaknyamanan menghandel paket produk pengantaran. Delivery box yang ada mudah dihandel oleh ojek online/kurir dan nyaman, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus menjadi media promosi karena dibranding Naswol. *“Adanya delivery box, curier lebih mudah dan nyaman mengantar orderan serta pemasaran “ (Direktur Kopsa Chicken)*



Gambar 5. Penyerahan Barang dan Penanda Tangan Berita Acara



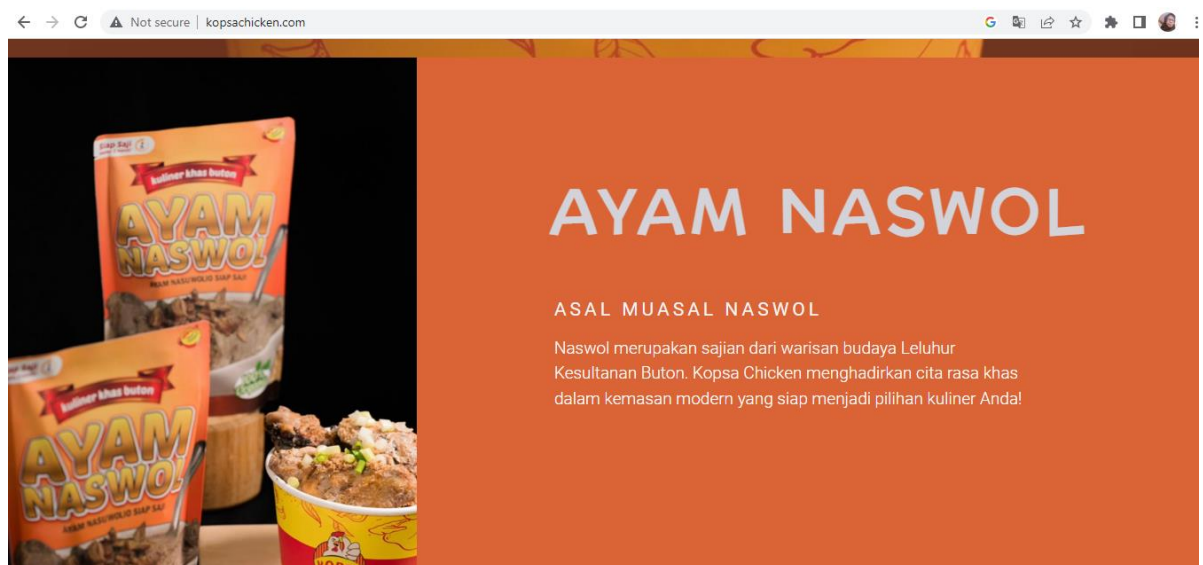
Gambar 6. Perubahan Delivery Produk



Gambar 7. Perubahan Branding Gedung UMK Kopsa Chicken

Kini produk UMK Kopsa Chicken dan Gedung tempat usaha sudah dibranding dan telah memiliki Website yaitu Kopsachicken.com dengan tampilan yang menarik. Hal ini menunjukkan bahwa UMK Kopsa Chicken telah memahami betapa pentingnya brand produk dan usaha serta telah mulai memanfaatkan media social untuk promosi dan pemasaran produk. Adanya brand, promosi dan pemasaran yang memanfaatkan media social akan memungkinkan UMK Kopsa Chicken semakin berkembang dan maju serta secara social produk naswol yang merupakan

makanan khas daerah khususnya wilayah kesultanan Buton akan menjadi pembicaraan public dan dikenal luas oleh masyarakat dari berbagai kalangan, memberikan kemudahan untuk memesan produk naswol dan berkontribusi terhadap lingkungan dan usaha ekonomi masyarakat lainnya khususnya peternak ayam kampung. Hal ini sesuai dengan diuraikan oleh Alberghini et al. (2014) bahwa bergabung dengan media social memberikan peluang unik bagi perusahaan untuk memperkuat mereknya, sehingga membantu meningkatkan nilai bisnis, seperti membangun kesadaran merek, reputasi merek dan loyalitas mereka. Banyak perusahaan telah menggunakan media social sebagai strategi pemasaran dan komunikasi serta menjadikan merek untuk menarik pelanggan (Chierici et al. 2018). Digital marketing yang diterapkan UMKM dibidang kuliner sangat berpengaruh besar terhadap pendapatan dan sangat membantu dalam memasarkan produk (Nasution dan Silalahi, 2022). Pengembangan UMK Kopsa Chicken berbasis digital akan memberikan dampak terhadap produktivitas kerja karyawan, meningkatkan nilai penjualan dan pendapatan UMK Kopsa Chicken, membuka kesempatan kerja baru dan terbuka peluang bagi UMK Kopsa Chicken untuk mendapat bantuan pengembangan dan atau insentif dari pemerintah serta UMK Kopsa Chicken bisa menjadi perusahaan besar dan memiliki jaringan pasar yang luas serta dapat menggerakkan perekonomian dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Maju dan berkembangnya UMK Kopsa Chicken akan berkontribusi pada sektor tenaga kerja, perdagangan, peternakan dan sektor pendidikan seperti menjadi mitra yang baik untuk implementasi program MBKM khususnya sebagai tempat magang mahasiswa dan pemanfaatan (hilirisasi) berbagai produk hasil penelitian dosen. Peluang magang bagi mahasiswa ditandai dengan adanya Memorandum of Agreement antara Direktur Kopsa Chicken dengan Ketua Program Studi Bisnis Digital dan Ketua Program Studi untuk Magang Mahasiswa di UKM Kopsa Chicken.. Maju dan berkembangnya UMK Kopsa Chicken



Gambar 8. Tampilan laman website: kopsachicken.com



Gambar 8. Penanda Tangan Memorandum of Agreement ( MoA)

#### D. Kesimpulan

Dari uraian tersebut maka efektifitas kegiatan workshop penyusunan standar penilaian pendidikan di poltekes tanjung karang, bandar lampung berhasil dilakukan dengan baik. Keberhasilan dilihat dari pemahaman dosen tentang pentingnya instrumen penilaian autentik, penilaian sikap, dan penilaian kinerja. Keberhasilan pengabdian juga dilihat dari kemampuan dosen dalam menyusun instrumen assesment dalam penilaian autentik, penilaian sikap, dan penilaian kinerja. Setiap dosen telah membuah pedoman instrumen untuk penilaian matakuliah yang diampu dengan baik dengan memuat penilaian autentik, penilaian sikap, dan penilaian kinerja.

#### E. Referensi

- Alberghini, E., Cricelli, L., & Grimaldi, M. (2014). A Methodology to Manage and Monitor Social Media Inside a Company: A Case Study. *Journal of Knowledge Management*, 18 (2):255-277.
- Chierici, R., Del Bosco, B., Mazzucchelli, A., & Chiacchierini, C. (2018). Enhancing Brand Awareness, Reputation and Loyalty: The Role of Social Media. *International Journal of Business and Management*, 14 (1):216. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v14n1p216>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2001). *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi dan kontrol. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta : Prehallindo
- Nasution, S., & Silalahi, P. R. (2022). Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Kuliner Berbasis Syariah Di Kota Medan, *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Perbankan Syariah*, 7(2):510-519).
- Nawangsih. (2016). Peranan Strategi Diferensiasi Produk Berbasis Creative Enteprenenu Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Produk. *Prosiding Seminar Nasional "Dinamika Global: Rebranding Keunggulan kompetitif Berbasis Kearifan local*, ISBN 978-602-60569-2-4. Gedung Pascasarjana FEB UNEJ, 17 Desember 2016
- Tathagati, A. (2014). *Step by Step Membuat SOP*. Jakarta: Efata Publishing.