
Pemberdayaan PKK Kelurahan Handil Bhakti Melalui Pelatihan Digital Branding dan Laporan Keuangan

Hastin Umi Anisah¹, Sustinah Limarjani², Rifqi Novriyandana³

¹Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia

² Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia

³ Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia

¹humianisah@ulm.ac.id, ² Sustinah.limarjani@ulm.ac.id, ³rnovriyandana@ulm.ac.id

ABSTRACT

The economic crisis due to the Covid19 pandemic has had an impact on the continuity of MSMEs. During the pandemic, there was a change in people's consumption patterns of goods and services from offline to online. When the pandemic occurs, efforts can be made to increase income with several digital-based home businesses for marketing while maintaining the correct process when order delivery reaches customers. This service activity aims to empower PKK mothers in the Handil Bhakti sub-district by providing training related to Digital Branding and Financial Reports for the MSMEs they own so that they can increase income and business sustainability. The approach or method used is to carry out training and counseling related to creating Digital Branding and preparing Financial Reports so that it can increase income and business continuity. The result of this activity is the opening of the target audience's insight so that they have the ability to create Digital Branding and Financial Reports so that it is hoped that they can increase income and business sustainability.

Keywords : Digital Branding, Financial Reporting, PKK

ABSTRAK

Krisis ekonomi akibat pandemi Covid19 telah berdampak terhadap kelangsungan UMKM. Di saat masa pandemi terjadi perubahan pola konsumsi barang dan jasa masyarakat dari offline ke online. Ketika pandemi berlangsung usaha yang dapat dilakukan untuk menambah pendapatan dengan beberapa usaha rumahan yang berbasis digital untuk pemasarannya dengan tetap menjaga proses yang benar ketika pengantaran pesanan sampai ke pelanggan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan Ibu-ibu PKK di kelurahan Handil Bhakti dengan memberikan pelatihan terkait dengan Digital Branding dan Laporan Keuangan terhadap UMKM yang mereka miliki sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan keberlangsungan usaha. Pendekatan atau metode yang dilakukan adalah dengan melakukan pelatihan dan penyuluhan terkait pembuatan Digital Branding Dan pembuatan Laporan Keuangan sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan keberlangsungan usaha. Hasil dari kegiatan ini adalah terbukanya wawasan khalayak sasaran sehingga memiliki kemampuan dalam membuat Digital Branding Dan Laporan Keuangan sehingga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dan keberlangsungan usaha.

Kata kunci : Digital Branding, Laporan Keuangan, PKK

How to cite:

Anisah, H.U., Limarjani, S., & Novriyandana, R. (2023). Pemberdayaan PKK Kelurahan Handil Bhakti Melalui Pelatihan Digital Branding dan Laporan Keuangan. *Carmin: Journal of Community Service*, 3(2), 78-87



PENDAHULUAN

Pandemi virus covid 19 sudah dinyatakan oleh Pemerintah Indonesia berakhir di Tahun 2023. Walaupun sudah dinyatakan berakhir tetapi dampak dari Pandemi Covid-19 masih terasa sampai sekarang yang berkaitan dengan perbaikan ekonomi di masyarakat. Pandemi yang terjadi di Tahun 2020 sampai dengan 2022 ini tidak hanya terjadi di Indonesia tetapi juga hampir seluruh negara merasakan pandemi ini. Dimana dampak dari pandemi ini menghantam hampir seluruh lapisan masyarakat baik sektor informal, formal, orang kaya maupun miskin. Selain itu, pandemi covid 19 juga berdampak pada meningkatnya pengangguran karena penurunan aktivitas industri, transportasi, pendidikan, dan sebagainya mengakibatkan perekonomian masyarakat terdampak terutama di bidang rumah tangga, UMKM, perusahaan dan finansial, namun yang menjadi perhatian besar disini adalah pendapatan keluarga, sebagai ujung tombak perekonomian dunia.

Lebih jauh lagi, dampak pandemi Covid-19 ini tidak hanya berdampak pada sektor manufaktur saja, tetapi juga terhadap sektor UMKM sejak April 2020. Salah satu upaya pemulihan ekonomi nasional yang dilakukan pemerintah di masa pandemi Covid-19 adalah mendorong sektor UMKM, yang memiliki peran penting dalam perekonomian nasional karena menyerap jumlah tenaga kerja yang terlibat langsung.

Krisis ekonomi akibat pandemi Covid-19 telah berdampak terhadap kelangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Berbeda pada saat krisis moneter tahun 1998 di mana UMKM betul-betul menjadi penyelamat ekonomi nasional yang pada saat itu mampu meningkat hingga 350 persen ketika banyak usaha besar yang kolaps. Namun pada saat pandemi Covid-19 saat ini, justru UMKM yang sangat terdampak. Dampak dari sulitnya berusaha mengakibatkan banyaknya tenaga kerja yang terpaksa di rumahkan.

Ketahanan ekonomi keluarga dipahami sebagai keadaan dinamis suatu keluarga mengenai kegigihan dan kekuatan dalam menghadapi berbagai tantangan, ancaman, dan hambatan serta gangguan baik dari eksternal maupun dari internal, secara langsung maupun tidak langsung membahayakan kelangsungan perekonomian keluarga (Wulandari, 2017).

Di saat masa pandemi terjadi perubahan pola konsumsi barang dan jasa masyarakat dari offline ke online. Pelaku UMKM pasti kesulitan dalam mencapai target-target yang harus dicapai saat perekonomian terganggu. Perubahan pola tersebut, seyogyanya diikuti pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar dapat survive, serta bisa berkembang sehingga mampu menghadapi kondisi new normal.

Ketika pandemi ini berlangsung usaha yang dapat dilakukan untuk menambah pendapatan dengan beberapa usaha rumahan yang berbasis digital untuk pemasarannya dengan tetap menjaga proses yang benar ketika pengantaran pesanan sampai ke pelanggan antara lain ;1) Usaha kuliner berupa lauk pauk dengan sistem siap diantar; dengan memanfaatkan media sosial untuk pemasarannya 2) Usaha rempah tradisional, jamu, atau herbal yang fresh dan siap antar; 3) Bahan baku makanan dengan sistem siap antar; 4) Usaha pembuatan master kain yang unik atau Alat Pelindung Diri (APD); dan 5) Usaha pulsa, listrik, telepon dan internet (Irawaty, 2020). Selain itu tentu lah peran pemerintah bukan hanya bersifat bantuan saja tapi berupa penyuluhan tentang perbaikan ekonomi keluarga yang terdampak karena pandemi agar ekonomi keluarga tetap terus dapat bertahan.

Dampak pandemi Covid 19 juga dirasakan oleh rumah tangga yang ada di Kalimantan Selatan, termasuk ibu-ibu Rumah Tangga di kecamatan Alalak seperti di Kelurahan Handil Bhakti yang pada umumnya mereka memiliki usaha di bidang kuliner. Kelurahan Handil Bhakti ini merupakan daerah yang berbatasan dengan Kelurahan Handil Bhakti, dimana sebagian besar aktivitas masyarakatnya adalah berdagang. Dengan pandemi covid-19 ini menuntut ibu-ibu rumah tangga dalam komunitas PKK untuk membantu perekonomian keluarga dengan berjualan atau berdagang berbagai macam produk baik barang maupun jasa. Aktivitas perekonomian yang dilakukan oleh Ibu-ibu Rumah tangga yang seringkali disebut UMKM mengalami fluktuasi pendapatan dan keberlangsungan usahanya. Hal ini salah satunya dikarenakan tidak adanya perencanaan usaha sebelumnya dan mapping usaha yang seharusnya dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap berbagai lingkungan eksternal yang mempengaruhi jalannya

usaha bisnis tersebut. Sehingga hal ini berdampak pada tingkat pendapatan usaha mereka, yaitu mengalami penurunan penjualan bahkan ada yang tidak berlanjut usahanya. Dimana sebagian besar usaha mereka di bidang kuliner, yaitu warung makan, aneka cemilan, kue basah, aneka minuman, buah-buahan, dan lain-lain.

Digitalisasi menjadi sebuah kebutuhan penting, terbukti di masa diberlakukan social distancing dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) maupun Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang berkelanjutan memberikan kenaikan pada pemanfaatan elearning, e-Commerce, literasi digital, permintaan delivery, dan kebutuhan alat kesehatan/kebersihan. Namun kita tidak dapat memungkiri adanya permasalahan digitalisasi UMKM.

Digital marketing adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk menggunakan media digital atau internet. Tujuan digital marketing adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Seperti yang kita tahu, penerimaan teknologi dan internet di masyarakat sangat luas sehingga tidak heran kegiatan pemasaran secara digital dijadikan pilihan utama oleh perusahaan-perusahaan. Akibatnya, perusahaan saling berkompetisi membuat konten yang menarik untuk ditampilkan dalam pemasarannya di dunia maya. Beberapa contoh teknik pemasaran yang termasuk dalam digital marketing adalah SEO (Search Engine Optimization), periklanan online seperti FB ads dan Google Ads, promosi media cetak, iklan televisi dan radio, billboard elektronik, email marketing, mobile marketing, dan lainnya. Adapun pengertian digital marketing menurut para ahli adalah sebagai berikut : 1. Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan (2009) Digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh yaitu blog, website, e-mail, adwords, dan berbagai macam jaringan media sosial. 2. Kleindl dan Burrow (2005) Pengertian digital marketing adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan dari konsep, ide, harga, promosi dan distribusi. Secara sederhana dapat diartikan sebagai pembangunan dan pemeliharaan hubungan yang saling menguntungkan antara konsumen dan produsen. 3. Heidrick & Struggles (2009), Digital marketing menggunakan perkembangan dunia digital untuk melakukan periklanan yang tidak digembar-gemborkan secara langsung akan tetapi memiliki efek yang sangat berpengaruh.

Selain itu, UMKM juga memerlukan penyusunan laporan keuangan. Tujuan laporan keuangan adalah untuk memberikan informasi tentang status keuangan perusahaan, hasil dan perubahan status keuangan yang berguna bagi sejumlah besar pengguna dalam pengambilan keputusan keuangan. Laporan keuangan yang disusun oleh Perusahaan memenuhi kebutuhan umum sebagian besar pengguna, namun laporan keuangan yang digunakan tidak menyediakan semua informasi yang dibutuhkan pengguna untuk membuat keputusan keuangan, karena laporan keuangan yang pada umumnya hanya bertujuan untuk menggambarkan dampak keuangan dari peristiwa masa lalu dan tidak yang dibutuhkan menyajikan informasi non-keuangan (Isnayanti,2020).

Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dalam Standar Akuntansi Keuangan (SAK) menyatakan bahwa laporan keuangan adalah bagian dari proses akuntansi umum dan biasanya mencakup laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, neraca, laporan arus kas dan dokumen pelaporan lainnya, serta catatan terintegrasi. yang merupakan bagian dari laporan keuangan tahunan (Atika, Junaidi, & Irmadhan, 2019)

Dengan Digital Branding dan laporan keuangan, maka akan membantu pemilik usaha untuk keberlangsungan usaha. Digital Branding dan laporan keuangan banyak digunakan karena kemudahan dalam proses pembuatannya yang lebih ringkas dan mudah untuk dipahami. Oleh karena itu, dengan Digital Branding dan laporan keuangan ini diharapkan Ibu-Ibu Rumah Tangga pada komunitas PKK dapat menolong usaha yang sedang mereka lakukan sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan keberlangsungan usaha.

Permasalahan mitra adalah terkait keterbatasan dan ketidaktahuan Ibu-Ibu PKK dalam pembuatan Digital Branding Dan Laporan Keuangan sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan keberlangsungan usaha yang dimiliki.

METODE

Metode yang digunakan untuk penyelesaian permasalahan yang dihadapi oleh khalayak sasaran yaitu dengan ceramah/penyuluhan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan beberapa metode yang dengan tujuan agar dapat menyelesaikan permasalahan yang telah dijelaskan di atas. Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode ceramah/penyuluhan selama kurang lebih 60 menit tentang pengertian digital branding dan pembuatan laporan keuangan bagi para pelaku UMKM. Selanjutnya dilanjutkan dengan tutorial dan pelatihan membuat branding secara digital. Selain itu juga dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan laporan keuangan. Sebelum penutup, dilakukan pula kegiatan Tanya jawab antara khalayak sasaran dengan tim pengabdian.

Tahapan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini yaitu: Tahap pertama yaitu tahap persiapan yang meliputi kegiatan: 1) Tim Pengabdian Kepada Masyarakat memilih Kelurahan Handil Bhakti, karena Kelurahan Handil Bhakti yang merupakan perbatasan dengan Kota Banjarmasin dan memiliki banyak potensi yang dikelola oleh masyarakat yang produktif dan menghasilkan produk-produk yang dapat dijual pada masyarakat. Hal ini dapat diketahui oleh tim, karena tim pernah melaksanakan pengabdian kepada masyarakat terkait dengan UMKM kerajinan, sehingga telah diketahui potensi-potensi yang dimiliki oleh Kelurahan Handil Bhakti. Pengabdian Kepada Masyarakat ini merupakan tindak lanjut dari pengembangan potensi yang dibutuhkan oleh para pelaku UKM di Kelurahan Handil Bhakti. Sebelum pelaksanaan, tim Pengabdian Kepada Masyarakat memantapkan materi pelatihan digital branding dan pembuatan laporan keuangan yang nantinya dibutuhkan oleh para pelaku UMKM di Kelurahan Handil Bhakti; 2) Tahapan survei dan permohonan izin pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ke Pemerintah Kelurahan Handil Bhakti serta penentuan lokasi kegiatan dan sasaran; 3) Tahapan sosialisasi atau undangan pelatihan berisi tentang konsep digital branding dan pembuatan laporan keuangan yang dapat digunakan sebagai penunjang kegiatan pemasaran kepada para pelaku UMKM di Kelurahan Handil Bhakti.

Tahap kedua adalah tahap pelaksanaan, yang meliputi: 1) Para pelaku UMKM di Kelurahan Handil Bhakti diminta untuk mengisi daftar hadir dan mengambil bahan pelatihan (hardcopy) yang sudah disediakan tim, 2) Para pelaku UMKM di Kelurahan Handil Bhakti untuk mengisi lembar Pre-test, sebelum pelaksanaan pelatihan dimulai, 3) Tim Pengabdian Kepada Masyarakat memberikan pelatihan dengan ceramah dan diskusi terkait pentingnya melakukan penjualan dengan menyesuaikan perkembangan yang sedang terjadi pada saat ini. Tren penjualan produk yang sedang marak di masyarakat adalah penjualan dengan menggunakan media digital (Guna, dkk., 2013). Materi pelatihan berisi tentang konsep digital branding dan pembuatan laporan keuangan yang dapat digunakan sebagai penunjang kegiatan pemasaran. Tim pengabdian juga memberikan cara-cara melakukan pemasaran produk dengan memanfaatkan media sosial yang sudah tersedia dan banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia seperti Facebook, Instagram, Shopee, dan lain-lain. Hal ini dilakukan, agar produk yang dihasilkan oleh para pelaku UMKM di Kelurahan Handil Bhakti dapat diketahui oleh seluruh elemen masyarakat, sehingga penjualan dan pendapatan akan semakin meningkat; 4) Para pelaku UMKM di Kelurahan Handil Bhakti untuk mengisi soal post-test, setelah pelaksanaan pelatihan diberikan; 5) Pendampingan juga dilakukan ke beberapa para pelaku UKM; 6) Evaluasi, dimana pada kegiatan Evaluasi dengan melakukan proses review pelaksanaan pelatihan dan pendampingan. Selain itu kegiatan evaluasi juga dilakukan menganalisis umpan balik peserta, kemudian dilanjutkan dengan menyusun laporan sesuai dengan standar penyusunan yang digunakan sebagai Laporan Kegiatan Pengabdian masyarakat.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan kepada Ibu-Ibu PKK Kelurahan Handil Bhakti Kecamatan Alalak Kabupaten Barito Kuala, Kalimantan Selatan yang memiliki usaha atau UMKM yang berjumlah 50 orang. Pada umumnya usaha yang mereka geluti berupa kuliner (makanan/minuman), kerajinan, toko kelontong dan lain-lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah sebelumnya telah dilakukan pra survey, persiapan dan koordinasi dengan pihak Kelurahan Handil Bhakti, maka tahap selanjutnya adalah pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan metode ceramah atau penyuluhan dan pelatihan kepada khalayak sasaran yaitu Ibu-Ibu PKK Kelurahan Handil Bhakti. Materi yang disampaikan pada tahap ini adalah pemahaman tentang definisi dan pentingnya digital marketing dalam hal ini digital branding melalui media sosial dan e-commerce. Hal ini sangat penting untuk memasarkan produk dengan jangkauan lebih luas melalui media sosial tersebut.

Pada tahap ini juga dijelaskan jenis-jenis media sosial dan e-commerce dengan menampilkan video tentang proses pembuatan akun media social. Selanjutnya dijelaskan pula cara penggunaan masing-masing jenis media sosial tersebut. Beberapa media sosial dan ecommerce yang dijelaskan pada saat pelaksanaan kegiatan tersebut antara lain Facebook, Shopee, Tiktok, dan Instagram. Berikut akan kami tuliskan kembali tutorial pembuatan akun di masing-masing aplikasi tersebut.

Peningkatan wawasan yang dapat menginspirasi khalayak sasaran untuk dapat membuat Digital Branding Dan Laporan Keuangan sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan keberlangsungan usaha yang dimiliki. Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan adalah dengan mengulas terkait bagaimana memetakan dan membuat Digital Branding Dan Laporan Keuangan terhadap UMKM yang mereka miliki sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan keberlangsungan usaha mereka.



Gambar 1 Sambutan Bapak Lurah Handil Bhakti



Gambar 2 Pemaparan Materi dan Pelatihan tentang Laporan Keuangan Sederhana



Gambar 3 Pemaparan materi dan Pelatihan Digital Branding



Gambar 4 Peserta sedang mengikuti Pelatihan



Gambar 5. Peserta Aktif dalam berdiskusi



Gambar 6 Pelibatan mahasiswa di dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian dan presensi kehadiran peserta khalayak sasaran



Gambar 6 Foto bersama Tim PKM, Ibu Lurah dan Peserta PkM setelah kegiatan selesai

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan PPM yang telah dilaksanakan oleh tim, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kegiatan UMK yang dimiliki oleh ibu2 PKK masih melakukan pemasaran konvensional masih mendominasi praktik pemasaran yang dilakukan oleh khalayak sasaran, sehingga pengenalan brand yang dimiliki juga masih konvensional. Sehingga Walaupun ada beberapa yang telah menerapkan teknik pemasaran online, namun hanya sebatas pada penggunaan WA business yang mengandung keterbatasan akses konsumen. Komunitas Wirausaha Muda Banua belum sepenuhnya menerapkan teknik *Digital Marketing* untuk dapat meningkatkan kualitas bisnis UMKM-nya.
2. Pada umumnya bu-Ibu PKK yang memiliki UMKM masih belum menerapkan laporan keuangan secara tertib, masih sekedarnya berupa catatan uang yang masuk dan keluar. Sistem keuangan juga masih satu dompet yang campur antara keuangan pribadi dan usaha.
3. Aktivitas penyuluhan oleh tim PPM ternyata memperluas wawasan pengetahuan Ibu-Ibu PKK untuk dapat mengakses segmen pasar yang lebih luas lagi, dalam hal tingkat penjualan dan jangkauannya.
4. Ibu-Ibu PKK yang memiliki UMKM di Kelurahan Handil Bhakti yang menjadi khalayak sasaran dari kegiatan ini, menjadi semakin memiliki pengetahuan dan pemahaman yang lebih luas mengenai digital branding melalui media social dan e-commerce.
5. Mendapatkan pendampingan UMKM menuju Digital Marketing

Adapun saran yang dihasilkan berdasar aliran kegiatan PPM ini adalah:

1. Kepada Program Studi Manajemen FEB – ULM, disarankan untuk berfokus pada tema *Digital Branding* secara khusus – yang relevan dgn kapasitas khalayaknya. Disamping itu, peningkatan literasi keuangan digital juga muncul sebagai salah satu kebutuhan UMKM Ibu-Ibu PKK. Terdapat keluhan tentang kapasitas penerapan tatakelola keuangan UMKM dalam berbagai aspek, seperti: pemberdayaan modal dan bahan baku yang efisien dan efektif untuk dapat tumbuh dan berkembang.
2. Kepada Program Studi Manajemen FEB – ULM, diharapkan untuk memperluas lagi bentuk aktivitas peningkatan kepedulian sosial secara inovatif.
3. Melanjutkan kegiatan bimbingan teknis ide-ide bisnis yang dapat mereka usahakan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tak lupa kami berterimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Lambung Mangkurat yang mendanai kegiatan PPM ini. Terimakasih juga kami sampaikan kepada Ketua PKK Kelurahan Handil Bhakti yang telah bersedia menyediakan tempat dan menjadi fasilitator pelaksanaan kegiatan. Terimakasih sebesar-besarnya juga kepada Ibu-Ibu yang tergabung dalam PKK Kelurahan Handil Bhakti yang sudah berpartisipasi dalam kegiatan ini.

REFERENSI

- 10 Strategi Pemasaran Online yang Sudah Terbukti dan Wajib Anda Coba <https://accurate.id/marketingmanajemen/strategi-pemasaran-online-yangwajib-anda-coba/>
- Agus Aryanto Di Tengah Covid-19, Pemasaran Online dan Digital Branding Jadi Pilihan, Warta Ekonomi.co.id, Selasa, 14 April 2020. <https://www.wartaekonomi.co.id/read280988/di-tengah-covid-19-pemasaran-onlinedan-digital-branding-jadi-pilihan>
- Ajen Dianawati, 6 Rahasia Sukses Menjadi jutawan Internet, cet. I, (Jakarta: Mediakita,2007) 4. Elsa Catriana, Terpukul Corona, Ini 5 Keluhan Para Pelaku UMKM

- Atika, D., Junaidi, L. D., & Irmadhan, A. (2019). Pengaruh Pemahaman Akuntansi, Pengalaman Kerja Serta Peran Internal Audit Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintahan Kota Medan. *Jurnal Warta*, 1829-7463.
- Irawaty, D. K. (2020). *Pengelolaan Keuangan Keluarga pada Era Pandemi Covid-19*.
Wulandari, P. K. (2017). Inovasi Pemuda dalam Mendukung Ketahanan Ekonomi
- Isnayanti, R. (2020). Penerapan, Penyusunan Laporan Keuangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berbasis SAK EMKM (Studi Kasus UMKM Galery Stand Fasya). Skripsi. Program S1 Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar
- Keluarga (Studi di Kampung Warna-Warni Kelurahan Jodipan, Kecamatan Blimbing, Kota Malang). *Jurnal Ketahanan Nasional*, Vol.23(No.3 Edisi Desember), 300–319