JPN (Jurnal Pengabdi Negeri)
ISSN xxxx xxxx
Bulan Juli, Tahun 2026
Vol.02 No.02

Penguatan Kapasitas Digital Marketing bagi Koperasi Merah Putih di Wilayah Labuan Bajo dan Lembor

Reynaldo Angga Siagian[1], Adelaide Hindelens Savio[2*], Luh Gede Elvina Adi Saputri [3], Fitri Ciptosari[4], Andy Iwan Iswanto[5], Yohanes Paulus Hanny[6], Teddy Halim[7]

[1-7]Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik eLBajo Commodus, Labuan Bajo, Indonesia
Email: [1*]reynaldo25angga@gmail.com

Abstract

The rapid development of digital technology has transformed marketing practices from conventional methods to technology-based approaches that are more effective, efficient, and capable of reaching wider markets. This transformation provides significant opportunities for cooperatives to enhance their competitiveness through the utilization of digital media. However, many administrators of the Red and White Cooperatives (Koperasi Merah Putih) in the Labuan Bajo and Lembor areas still face limitations in utilizing digital technologies, particularly in social media management, promotional content creation, digital design applications, and the use of Artificial Intelligence (AI) to support marketing activities. This Community Service Program (Pengabdian kepada Masyarakat/PkM) aimed to strengthen the capacity of cooperative administrators through training in digital marketing, the use of Canva, and the application of AI for promotional activities and product marketing. The program was implemented using a participatory approach consisting of preparation, material delivery, hands-on practice, discussions, and evaluation sessions. The target participants were administrators of cooperatives located in Labuan Bajo and Lembor, West Manggarai Regency. The results of the program indicate that participants experienced an improvement in their understanding of digital marketing concepts, cooperative branding strategies, the use of social media as a promotional tool, and the utilization of Canva and AI applications to create more attractive and professional promotional content. Furthermore, participants gained greater awareness of the importance of building a digital identity for cooperatives as a strategy to expand market reach and enhance the competitiveness of local products. This program is expected to serve as an initial step toward accelerating the digital transformation of cooperatives and supporting technology-based community economic development in the Labuan Bajo and Lembor regions.

Keywords: *Digital Marketing, Artificial Intelligence, Canva, Red and White Cooperatives, Community Service Program*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola pemasaran dari metode konvensional menuju pemasaran berbasis teknologi yang lebih efektif, efisien, dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Perubahan tersebut memberikan peluang yang besar bagi koperasi untuk meningkatkan daya saing usaha melalui pemanfaatan media digital. Namun demikian, sebagian besar pengurus Koperasi Merah Putih di wilayah Labuan Bajo dan Lembor masih memiliki keterbatasan dalam penggunaan teknologi digital, khususnya dalam pemanfaatan media sosial, pembuatan konten promosi, penggunaan aplikasi desain digital, serta pemanfaatan teknologi Artificial Intelligence (AI) untuk mendukung kegiatan pemasaran. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengurus Koperasi Merah Putih melalui pelatihan digital marketing, penggunaan aplikasi Canva, dan pemanfaatan teknologi AI dalam kegiatan promosi produk koperasi. Kegiatan dilaksanakan dengan menggunakan metode partisipatif melalui tahapan persiapan, penyampaian materi, praktik langsung, diskusi, dan evaluasi kegiatan. Sasaran kegiatan adalah pengurus koperasi yang berada di wilayah Labuan Bajo dan Lembor, Kabupaten Manggarai Barat. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman mengenai konsep pemasaran digital, strategi branding koperasi, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, serta pemanfaatan aplikasi Canva dan AI untuk menghasilkan konten promosi yang lebih menarik dan profesional. Selain itu, peserta juga memperoleh pemahaman mengenai pentingnya membangun identitas digital koperasi sebagai upaya memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal dalam mendorong transformasi digital koperasi serta mendukung pengembangan ekonomi masyarakat berbasis teknologi di wilayah Labuan Bajo dan Lembor.

Diterima Redaksi: 15 Juni Selesai Revisi: 11 Juli Diterbitkan Online: 30 Juli

Kata Kunci: Digital Marketing, Artificial Intelligence, Canva, Koperasi Merah Putih, Pemberdayaan Masyarakat.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam bidang ekonomi dan bisnis. Transformasi digital yang terjadi saat ini telah mengubah cara pelaku usaha dalam memasarkan produk dan menjalin hubungan dengan konsumen. Pemanfaatan internet, media sosial, aplikasi digital, dan teknologi Artificial Intelligence (AI) menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari strategi pemasaran modern yang mampu meningkatkan efektivitas promosi dan memperluas akses pasar.

Di Indonesia, digitalisasi telah menjadi salah satu strategi utama dalam mendukung pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), termasuk koperasi sebagai salah satu pilar ekonomi kerakyatan. Koperasi memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui kegiatan usaha bersama yang berorientasi pada peningkatan pendapatan anggota. Menurut Sugina et al. (2024), koperasi berkontribusi dalam memperluas akses permodalan, meningkatkan kapasitas manajerial, serta memperkuat jaringan pemasaran bagi pelaku usaha kecil dan menengah.

Labuan Bajo sebagai salah satu destinasi pariwisata super prioritas nasional memiliki potensi ekonomi yang sangat besar. Pertumbuhan sektor pariwisata yang terus meningkat memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha masyarakat lokal, termasuk koperasi yang bergerak dalam berbagai bidang usaha seperti perdagangan, produk olahan makanan, kerajinan tangan, dan jasa pendukung pariwisata. Tingginya jumlah wisatawan domestik maupun mancanegara menciptakan peluang pasar yang luas bagi produk-produk lokal yang dihasilkan masyarakat. Meskipun demikian, peluang tersebut belum dimanfaatkan secara optimal oleh sebagian besar koperasi yang berada di wilayah Labuan Bajo dan Lembor. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh tim pelaksana, ditemukan bahwa sebagian besar koperasi masih mengandalkan metode pemasaran secara konvensional. Produk yang dihasilkan umumnya dipasarkan secara langsung kepada konsumen atau melalui jaringan pemasaran lokal yang terbatas. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi masih sangat rendah sehingga produk koperasi belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

Selain keterbatasan dalam penggunaan media sosial, pengurus koperasi juga masih mengalami kesulitan dalam membuat konten promosi yang menarik dan profesional. Padahal, dalam era digital saat ini, konten visual memiliki peranan yang sangat penting dalam menarik perhatian konsumen. Konten yang menarik tidak hanya mampu meningkatkan minat beli konsumen, tetapi juga dapat membangun citra positif dan kepercayaan terhadap suatu produk maupun lembaga usaha.

Perkembangan teknologi Artificial Intelligence (AI) sebenarnya telah membuka peluang baru bagi pelaku usaha dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Teknologi AI dapat digunakan untuk membantu menghasilkan ide konten, menyusun caption pemasaran, membuat desain visual, hingga membantu analisis perilaku konsumen. Menurut Santos (2025), inovasi merupakan faktor penting yang mendorong peningkatan kinerja organisasi dan daya saing usaha dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif.

Selain AI, aplikasi desain digital seperti Canva juga menjadi salah satu alat yang sangat mudah digunakan oleh pelaku usaha untuk membuat berbagai materi promosi seperti poster, brosur, katalog produk, dan konten media sosial. Canva menawarkan berbagai template yang dapat digunakan tanpa memerlukan kemampuan desain grafis yang kompleks sehingga sangat sesuai digunakan oleh pengurus koperasi maupun pelaku UMKM.

Melihat kondisi tersebut, tim Pengabdian kepada Masyarakat dari Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional Politeknik eLBajo Commodus menyelenggarakan kegiatan pelatihan digital marketing melalui pemanfaatan AI dan Canva bagi pengurus Koperasi Merah Putih di wilayah Labuan Bajo dan Lembor. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas sumber daya manusia koperasi dalam menghadapi tantangan transformasi digital sekaligus mendukung pencapaian tujuan Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya tujuan pengentasan kemiskinan, pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, serta konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab (UN, 2015).

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan di wilayah Labuan Bajo dan Lembor, Kabupaten Manggarai Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Sasaran utama kegiatan adalah para pengurus Koperasi Merah Putih yang sedang mengembangkan usaha koperasi dan membutuhkan peningkatan kapasitas dalam bidang pemasaran digital.

Diterima Redaksi: 12 Juni Selesai Revisi: 07 Juli Diterbitkan Online: 30 Juli

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif yang menempatkan peserta sebagai subjek aktif dalam proses pembelajaran. Pendekatan ini dipilih agar peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis tetapi juga memperoleh pengalaman langsung melalui praktik penggunaan teknologi digital.
Tahapan kegiatan meliputi:

1. Tahap Persiapan
Pada tahap ini dilakukan koordinasi dengan Dinas Tenaga Kerja, Transmigrasi, Koperasi dan UMKM Kabupaten Manggarai Barat untuk menentukan peserta, lokasi kegiatan, jadwal pelaksanaan, serta kebutuhan teknis lainnya. Tim juga melakukan identifikasi kebutuhan peserta terkait materi yang akan diberikan selama pelatihan.

2. Tahap Penyampaian Materi
Materi yang diberikan meliputi:
a) Konsep dasar digital marketing.
b) Strategi branding dan positioning koperasi.
c) Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi.
d) Penggunaan Artificial Intelligence (AI) dalam pembuatan konten digital.
e) Penggunaan Canva dalam desain promosi digital.
f) Teknik pembuatan konten yang menarik dan sesuai dengan karakteristik target pasar.

Materi disampaikan melalui metode ceramah, presentasi interaktif, studi kasus, dan demonstrasi penggunaan aplikasi.

3. Tahap Praktik
Peserta diberikan kesempatan untuk mempraktikkan secara langsung penggunaan Canva dan AI. Pada tahap ini peserta membuat desain poster sederhana, menyusun caption promosi, dan merancang konten media sosial yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk koperasi masing-masing.

4. Tahap Diskusi dan Evaluasi
Diskusi dilakukan untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi peserta dalam penerapan digital marketing. Evaluasi dilakukan melalui tanya jawab dan refleksi peserta terhadap materi yang telah diberikan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan di wilayah Labuan Bajo dan Lembor berjalan dengan baik serta memperoleh respon yang positif dari seluruh peserta. Kegiatan ini diikuti oleh para pengurus Koperasi Merah Putih yang memiliki latar belakang pendidikan, pengalaman organisasi, dan tingkat literasi digital yang beragam. Perbedaan kemampuan tersebut menjadi tantangan sekaligus peluang dalam pelaksanaan pelatihan karena materi yang diberikan dapat disesuaikan dengan kebutuhan nyata yang dihadapi peserta dalam mengelola koperasi. Secara umum, pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam mendukung aktivitas pemasaran koperasi. Sebelum kegiatan dilaksanakan, mayoritas koperasi masih menggunakan metode pemasaran konvensional seperti promosi dari mulut ke mulut, penjualan langsung kepada masyarakat sekitar, dan penyebaran informasi melalui jaringan relasi yang terbatas. Kondisi ini menyebabkan jangkauan pemasaran produk koperasi relatif sempit sehingga peluang pasar yang lebih luas belum dapat dimanfaatkan secara maksimal.

Peningkatan Pemahaman Mengenai Digital Marketing
Salah satu hasil utama dari kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman peserta mengenai konsep digital marketing dan peranannya dalam pengembangan usaha koperasi. Sebelum pelatihan berlangsung, sebagian besar peserta menganggap pemasaran hanya sebatas kegiatan menjual produk kepada konsumen. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai memahami bahwa digital marketing merupakan suatu strategi yang lebih luas yang mencakup proses membangun identitas merek (branding), menjalin komunikasi dengan pelanggan, meningkatkan keterlibatan konsumen (engagement), serta menciptakan nilai tambah bagi produk yang dipasarkan.

Peserta juga memperoleh pemahaman bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi pribadi, tetapi juga dapat digunakan sebagai media promosi yang efektif untuk memperkenalkan produk koperasi kepada masyarakat yang lebih luas. Melalui diskusi yang dilakukan selama pelatihan, peserta menyadari bahwa keberadaan akun media sosial yang aktif dan dikelola dengan baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap koperasi.

Selain itu, peserta memahami pentingnya konsistensi dalam mengelola konten digital. Banyak peserta mengungkapkan bahwa sebelumnya mereka pernah membuat akun media sosial untuk koperasi, namun tidak dikelola secara berkelanjutan karena kurangnya pengetahuan mengenai strategi pemasaran digital. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai memahami pentingnya perencanaan konten, jadwal unggahan, dan pemanfaatan berbagai fitur media sosial untuk meningkatkan jangkauan promosi.

Peningkatan Kemampuan dalam Membuat Konten Promosi

Konten merupakan salah satu elemen penting dalam digital marketing. Oleh karena itu, kegiatan pelatihan memberikan perhatian khusus terhadap kemampuan peserta dalam membuat konten promosi yang menarik dan informatif. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta hanya menggunakan foto produk sederhana tanpa memperhatikan aspek visual maupun pesan pemasaran yang ingin disampaikan kepada konsumen. Melalui kegiatan pelatihan, peserta diberikan pemahaman mengenai prinsip-prinsip dasar pembuatan konten digital, seperti penggunaan gambar yang menarik, pemilihan warna yang sesuai, penyusunan informasi produk yang jelas, serta penggunaan kalimat promosi yang persuasif. Peserta juga diajarkan bagaimana menyampaikan keunggulan produk secara singkat namun mampu menarik perhatian calon konsumen.

Hasil praktik menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam menyusun konten promosi yang lebih terstruktur. Beberapa peserta mampu membuat desain promosi yang menampilkan identitas koperasi secara lebih profesional dibandingkan dengan materi promosi yang sebelumnya mereka gunakan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pelatihan mampu memberikan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam kegiatan pemasaran koperasi.

Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam Kegiatan Pemasaran

Salah satu materi yang mendapatkan perhatian besar dari peserta adalah pemanfaatan teknologi Artificial Intelligence (AI). Bagi sebagian besar peserta, teknologi AI merupakan hal yang relatif baru dan belum pernah digunakan sebelumnya dalam kegiatan usaha mereka. Oleh karena itu, sesi pelatihan mengenai AI menjadi salah satu bagian yang paling menarik selama kegiatan berlangsung.

Peserta diperkenalkan pada berbagai fungsi AI yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan pemasaran, seperti pembuatan caption media sosial, penyusunan ide konten, pembuatan deskripsi produk, hingga penyusunan strategi promosi sederhana. Melalui demonstrasi dan praktik langsung, peserta dapat melihat bagaimana AI mampu menghasilkan berbagai alternatif ide promosi dalam waktu yang relatif singkat.

Hasil diskusi menunjukkan bahwa peserta menilai penggunaan AI dapat membantu mereka mengatasi kesulitan dalam membuat konten pemasaran secara rutin. Sebelumnya, banyak peserta mengaku mengalami kendala dalam menentukan ide promosi sehingga aktivitas pemasaran digital sering terhenti. Dengan adanya AI, proses pencarian ide dan penyusunan materi promosi menjadi lebih mudah dan cepat.

Selain meningkatkan efisiensi kerja, penggunaan AI juga memberikan inspirasi baru bagi peserta untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih kreatif. Meskipun demikian, peserta juga diberikan pemahaman bahwa AI hanya berfungsi sebagai alat bantu sehingga kreativitas dan pemahaman terhadap karakteristik produk tetap diperlukan agar konten yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan koperasi.

Peningkatan Keterampilan Desain Menggunakan Canva

Canva merupakan salah satu aplikasi yang diperkenalkan dalam kegiatan ini untuk membantu peserta membuat materi promosi secara mandiri. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum pernah menggunakan aplikasi desain digital dan menganggap pembuatan desain promosi sebagai pekerjaan yang memerlukan kemampuan khusus.
Setelah mengikuti pelatihan, peserta menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menggunakan Canva untuk membuat poster, brosur, katalog produk, dan konten media sosial. Melalui fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi tersebut, peserta dapat membuat desain yang lebih menarik tanpa harus memiliki latar belakang desain grafis.

Hasil praktik menunjukkan bahwa peserta mampu memanfaatkan template yang tersedia, menyesuaikan warna dan tata letak desain, serta menambahkan elemen visual yang sesuai dengan identitas koperasi. Beberapa peserta bahkan mampu mengembangkan desain yang mencerminkan karakteristik produk lokal yang mereka miliki.

Kemampuan ini menjadi sangat penting karena visual yang menarik merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk. Dengan meningkatnya kemampuan desain digital, koperasi memiliki peluang yang lebih besar untuk menghasilkan materi promosi yang kompetitif dan sesuai dengan perkembangan tren pemasaran saat ini.

Antusiasme dan Partisipasi Peserta

Selama pelaksanaan kegiatan, peserta menunjukkan tingkat antusiasme yang tinggi. Hal ini terlihat dari keaktifan peserta dalam mengikuti sesi diskusi, mengajukan pertanyaan, serta berpartisipasi dalam praktik penggunaan aplikasi AI dan Canva. Banyak peserta mengungkapkan bahwa materi yang diberikan sangat relevan dengan kebutuhan koperasi yang mereka kelola.

Tingginya partisipasi peserta menunjukkan bahwa kebutuhan terhadap peningkatan kapasitas digital marketing di lingkungan koperasi masih sangat besar.

Diterima Redaksi: 12 Juni Selesai Revisi: 07 Juli Diterbitkan Online: 30 Juli

Kondisi ini sekaligus menjadi indikator bahwa program pelatihan serupa perlu dilaksanakan secara berkelanjutan untuk mendukung proses transformasi digital koperasi di masa mendatang.

Analisis SWOT Kegiatan

Berdasarkan hasil observasi dan evaluasi selama pelaksanaan kegiatan, diperoleh analisis SWOT yang menggambarkan kondisi koperasi dalam mengembangkan pemasaran digital. Dari sisi kekuatan (Strengths), kegiatan didukung oleh tenaga ahli yang memiliki kompetensi di bidang pemasaran digital, dukungan dari pemerintah daerah, serta tingginya antusiasme peserta. Selain itu, materi pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan nyata yang dihadapi koperasi. Dari sisi kelemahan (Weaknesses), masih terdapat keterbatasan literasi digital, kurangnya pengalaman dalam membuat konten pemasaran, serta keterbatasan perangkat teknologi yang dimiliki sebagian peserta. Beberapa koperasi juga belum memiliki tim khusus yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan media digital. Dari sisi peluang (Opportunities), perkembangan sektor pariwisata di Labuan Bajo, meningkatnya penggunaan media sosial, serta kemudahan akses terhadap teknologi digital memberikan peluang yang besar bagi koperasi untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk. Sementara itu, ancaman (Threats) yang dihadapi meliputi persaingan pemasaran digital yang semakin ketat, perubahan tren teknologi yang berlangsung cepat, serta keterbatasan anggaran yang dapat menghambat pengembangan pemasaran digital secara berkelanjutan.

Berdasarkan analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa koperasi memiliki peluang yang sangat besar untuk berkembang melalui pemanfaatan teknologi digital. Oleh karena itu, diperlukan upaya pendampingan dan pelatihan lanjutan agar kemampuan yang telah diperoleh peserta dapat diterapkan secara konsisten dan berkelanjutan dalam pengelolaan koperasi. Secara keseluruhan, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pengurus Koperasi Merah Putih di wilayah Labuan Bajo dan Lembor. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh peserta diharapkan dapat menjadi modal penting dalam mendukung transformasi digital koperasi serta meningkatkan daya saing produk lokal di era ekonomi digital.

D. PENUTUP

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa pelatihan digital marketing melalui pemanfaatan AI dan Canva bagi Koperasi Merah Putih di wilayah Labuan Bajo dan Lembor telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam bidang pemasaran digital. Peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya transformasi digital dalam pengembangan koperasi serta mampu mempraktikkan penggunaan AI dan Canva untuk mendukung kegiatan promosi produk.

Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa pengurus koperasi memiliki motivasi yang tinggi untuk mengembangkan kapasitas digital mereka sebagai upaya meningkatkan daya saing koperasi di tengah perkembangan teknologi yang semakin pesat.

Saran

Untuk menjamin keberlanjutan program, diperlukan pendampingan lanjutan mengenai pengelolaan media sosial, strategi branding digital, dan optimalisasi penggunaan AI dalam pemasaran. Selain itu, koperasi perlu membentuk tim khusus yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan pemasaran digital sehingga implementasi hasil pelatihan dapat berjalan secara berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada Dinas Tenaga Kerja, Transmigrasi, Koperasi dan UMKM Kabupaten Manggarai Barat atas dukungan dan kerja sama yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pengurus Koperasi Merah Putih yang telah berpartisipasi aktif, serta kepada Politeknik eLBajo Commodus yang telah mendukung terselenggaranya kegiatan ini dengan baik.

E. DAFTAR PUSTAKA

Martos-Pedrero A, Cortés-García FJ, Abad-Segura E, Belmonte-Ureña LJ. Internationalization, innovation, and resilience: Financial performance of agricultural cooperatives in southeastern Spain's rural economy. J Rural Stud. 2025 Jul 1;117.

Sugina, Mulyati, Syaputra H, Asy Syahrani K, Ndruru M. Jurnal Manajemen Retail Indonesia Pengembangan Koperasi sebagai Model Bisnis untuk Pemberdayaan UMKM. Jurnal Manajemen Retail Indonesia. 2024;5

Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development Preamble. 2015.