

PELATIHAN JUALAN DI INSTAGRAM SECARA ORGANIK DI KELURAHAN TANJUNG DUREN

Muhamad Al Faruq Abdullah^{1*}, Wenny Desty Febrian², Yanthy Herawati Purnama³,
Fathihani⁴
Universitas Dian Nusantara, Indonesia

Corresponding author: alfaruq@undira.ac.id^{1*}



Diterima : 04/03/2022
Direvisi : 18/05/2022
Dipublikasi : 31/05/2022

Abstrak: Instagram banyak digunakan oleh sebagian orang sebagai sarana untuk mengupload foto bahkan video. Fenomena tersebut kemudian mengundang berbagai pelaku bisnis untuk memperluas bisnisnya, mereka menjadikan instagram sebagai media pemasaran untuk mendukung bisnis yang telah dimiliki. Masih banyak para pelaku usaha dan generasi muda yang beranggapan bahwa berjualan di instagram sulit dan tidak ada perencanaan matang dalam mengatur strategi penjualan di Instagram, sehingga banyak anak muda yang tidak bisa memaksimalkan kekuatan instagram untuk mendukung penjualan dan sarana pemasaran digital. Pelatihan dalam kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini bertujuan untuk (1) Meningkatkan pengetahuan generasi muda tentang bagaimana mengatur strategi penjualan di instagram secara organik dan (2) Menumbuhkan minat berjualan di sosial media pada generasi muda untuk mendapatkan penghasilan tambahan atau penunjang bisnis UMKM yang sudah ada. Mitra kerjasama kegiatan ini adalah warga Jakarta Kelurahan Tanjung Duren khusus nya generasi muda (Usia 18-25 Tahun). Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat terdiri dari tiga tahap yaitu persiapan, pelaksanaan dan evaluasi.

Kata Kunci: Instagram, Strategi Jualan, Social Media, Penunjang Bisnis

Abstract: Instagram is widely used by some people as a means to upload photos and even videos. This phenomenon then invites various business people to expand their business, making Instagram a marketing medium to support the business they already have. There are still many business people and the younger generation who sell that selling on Instagram is difficult and there is no careful planning in managing strategies on Instagram, so many young people cannot maximize the power of Instagram to support and digital marketing tools. The training in Community Service activities aims to (1) increase the knowledge of the younger generation about how to manage sales strategies on Instagram organically and (2) Grow interest in selling on social media in the younger generation to get additional income or support existing MSME businesses. The partners for this activity are residents of Jakarta, Tanjung Duren Village, especially the younger generation (Age 18-25 years). The method of implementing community service consists of three stages, namely preparation, implementation and evaluation.

Keywords: Instagram, Sales Strategy, Social Media, Business Support

PENDAHULUAN

Sebelum pandemi, bagi banyak bisnis menengah dan besar yang sudah mapan, audiens media sosial dengan keterlibatan (*engagement*) tinggi lebih dianggap sebagai faktor tambahan menyenangkan untuk dimiliki daripada sesuatu yang harus dimiliki. Sekarang, bisnis yang dulunya mengandalkan hampir secara eksklusif pada pemasaran tradisional dan bisnis tatap muka harus mengubah strategi secara besar-besaran untuk bertahan hidup. Jika Anda adalah pemilik bisnis atau pemasar yang bekerja dengan bisnis yang baru mengenal media sosial, salah satu *platform* terbaik untuk difokuskan adalah Instagram (Wiweko & Lihan, 2019). Mengapa? Jika dimanfaatkan dengan benar, ini adalah salah satu platform media sosial terbaik untuk tumbuh secara organik. Berjualan di sosial media bukanlah hal baru lagi sekarang ini. Rata-rata para pebisnis sudah memanfaatkan media sosial untuk kegiatan promosi, baik itu untuk keperluan *branding* ataupun untuk penjualan (Kamilah, 2021).

Bukan sekedar isapan jempol belaka, jika banyak sekali jutawan ataupun miliarder yang sukses berbisnis melalui sosial media. Mereka yang sukses menjalankan bisnis di internet berasal dari beragam usia. Bahkan banyak sekali kalangan muda yang sudah menjadi pengusaha sukses dengan berjualan di sosial media. Kreativitas akan selalu menjadi faktor penentu di *platform* media sosial apa pun, tetapi sangat relevan dengan Instagram. Penjual dituntut untuk berpikir *out of the box* dan hanya punya waktu singkat untuk melakukan sesuatu yang berbeda. Di Instagram, apa yang pelaku bisnis dan brand lakukan harus lebih dari sekadar memposting pernyataan satu baris tentang betapa hebatnya bisnis diikuti oleh serangkaian tagar tak terkait yang tak ada habisnya (Mardiana, 2020). Di sisi lain, konsistensi sangatlah penting. Waktu posting konten yang tidak disusun dengan baik akan merusak algoritma pada profil bisnis. Jika dapat berkomitmen untuk menerapkan kreativitas dan konsistensi pada pemasaran di Instagram, maka ketiga strategi organik ini akan memberikan keamanan visibilitas yang untuk bertahan bahkan melampaui pandemi. Instagram merupakan sosial media yang sangat *booming* belakangan ini, bahkan banyak orang yang rela *uninstall* aplikasi path dan snapchat karena merasa cukup dengan instagram yang sudah memenuhi semua kebutuhan bersosial medianya (Alamsyah & Alexander, 2021).

Seiring perkembangan zaman yang *modern* serta pengetahuan dan teknologi, berjualan di sosial media bukanlah hal yang baru di Indonesia. Penjualan adalah aktivitas atau bisnis menjual produk atau jasa. Dalam proses penjualan, penjual atau penyedia barang dan jasa memberikan kepemilikan suatu komoditas kepada pembeli untuk suatu harga tertentu. Penjualan dapat dilakukan melalui berbagai metode, seperti penjualan langsung, dan melalui agen penjualan. Media sosial adalah sebuah media daring yang digunakan satu sama lain yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berinteraksi, berbagi, dan menciptakan isi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu (Wiweko & Lihan, 2019). Sosial media marketing atau pemasaran media sosial (SMM) adalah bentuk pemasaran digital yang menggunakan *platform* sosial dan situs web jaringan untuk mempromosikan produk atau layanan organisasi melalui cara berbayar dan tidak berbayar. Namun ternyata masih banyak orang yang menggunakan instagram hanya untuk bernarsis ria, kemudian saat ada hasrat untuk berbisnis, mereka belum mengetahui cara yang baik dan benar, akhirnya melakukan banyak kesalahan pada akun jualannya. Sehingga akun untuk jualannya

tidak bertambah *followers* sama sekali dan juga tidak ada penjualan terjadi dan menyebabkan *income*-nya tidak bertambah (Mardiana, 2020).

Berdasarkan analisis situasi tersebut diperlukan suatu upaya untuk memberikan solusi alternatif untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan generasi muda khalayak sasaran dalam meningkatkan pemahaman mengenai berjualan di social media secara organik yang akan dikhususkan di *platform* instagram. Kemudian menumbuhkan minat generasi muda untuk berjualan atau mendapatkan penghasilan dari sosial media agar bisa menjadi pengusaha digital marketing ataupun profesional dibidang pemasaran diperusahaan besar dimasa mendatang. Melalui kegiatan PPM ini sebagai salah satu bentuk tanggung jawab dosen dalam melaksanakan tridarma perguruan tinggi maka perlu diadakan pengabdian pada masyarakat berupa sosialisasi peningkatan kesadaran memaksimalkan social media Instagram untuk dimanfaatkan untuk berjualan atau melakukan pemasaran bagi kalangan generasi millennial. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada generasi muda tentang pentingnya melakukan pemasaran melalui platform social media dan mengubah kebiasaan atau perilaku konsumtif menjadi perilaku produktif.

KAJIAN PUSTAKA

Kajian Untuk mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut perlu diadakan pengarahan kepada warga/ masyarakat sekitar Kelurahan Tanjung Duren. Dengan adanya pengarahan ini diharapkan para masyarakat dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan masyarakat dalam pengelolaan strategi *digital marketing* dengan menggunakan sosial media Instagram. Kenapa instagram menjadi sarana atau sebuah media untuk berjualan untuk yang baru mau mulai dan juga untuk yang ingin meningkatkan penjualan kita lebih banyak lagi. Ada 3 alasan, yang pertama adalah karena Instagram saat ini salah satu media yang terbesar di online, melalui informasi [hub.com](https://www.businessinsider.com/instagram-statistics-2020) terdapat ratusan juta pengguna aktif instagram, baik dari kalangan artis selebriti para konglomerat ukm orang yang sekedar mencari informasi mereka semua ada di instagram, hingga detik ini pengguna instagram tidak pernah turun selalu naik pengunjung nya selalu naik pengguna nya. yang kedua, dari pengalaman para pebisnis online, instagram merupakan salah satu *channel* yang *low budget* tapi bisa mendapatkan *high income*, artinya tidak perlu keluar dana yang besar banget untuk memulai tapi bisa cepet dapat konsumen. Lalu yang ketiga, dari survei yang orang yang sukses di bisnis online dari 10 ada 8 orang yang menjawab mereka sukses berjualan menggunakan media instagram. Jadi sudah terbukti bahwa instagram sangat cocok sekali untuk anda berjualan. Dengan konten yang berbeda, jualan yang berbeda, tapi rahasia nya sama.

Ada beberapa hal yang harus persiapan untuk bisa berjualan di instagram.

1. Pahami produk dan market.
2. Persiapkan foto dan video produk yang akan diposting di Instagram.
3. Persiapkan logo, *messenger* (whatsapp business, line, telegram, dll), akun instagram.

Cara berjualan di instagram itu ada 2 metode, yang pertama metode *basic* dan yang kedua adalah *advance*. Untuk *basic* menggunakan metode gratis jadi tidak mengeluarkan uang sama sekali tapi perlu mengeluarkan *effort* lebih. yang kedua yaitu metode berbayar, seperti menggunakan jasa seperti artis untuk dilakukan endorse atau kita menggunakan layanan beriklan di instagram. Hal ini merupakan kesempatan yang sangat bagus bagi masyarakat di

Kelurahan Tanjung Duren untuk mendapatkan informasi yang lebih bermanfaat. Program Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Dian Nusantara berupaya untuk memberikan pengarahan dan pemahaman untuk warga/masyarakat di lingkungan kelurahan Tanjung Duren. Berdasarkan beberapa permasalahan yang teridentifikasi dalam kegiatan ini akan dicarikan konsep solusi alternatif yang ditawarkan.

METODE PELAKSANAAN

Dalam mengatasi permasalahan yang terjadi pada warga/masyarakat sebagaimana yang telah diuraikan, maka dalam Program Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini memberikan beberapa metoda pendekatan yang dapat membantu dalam menyelesaikan masalah yang ada yaitu dengan melakukan Metode pelatihan dan penyuluhan serta bimbingan, sehingga para warga/masyarakat dapat memahami memaksimalkan sosial media Instagram untuk memaksimalkan peluang mengembangkan usaha mereka.

Metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan dalam tiga tahap, yaitu:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini tim PKM melakukan survei pendahuluan untuk mengetahui kondisi target kegiatan dengan menganalisis kondisi tempat yang akan digunakan, kondisi peserta yang akan diberikan perlakuan dan menyusun rancangan kegiatan yang akan dilakukan. Koordinasi dengan RT dan RW berkaitan dengan penentuan jadwal pertemuan, tempat dan agenda pertemuan.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini tim PKM melakukan penyuluhan kepada masyarakat dengan menyampaikan materi mengenai pentingnya konsep tentang memasarkan produk atau jasa secara mudah efektif, efisien dan pemasaran tanpa biaya (teknik organik) dengan menggunakan sosial media Instagram. Apabila peserta pelatihan tidak jelas dengan materi yang disampaikan oleh narasumber dapat memberikan pertanyaan secara langsung atau tidak harus menunggu sesi tanya jawab. Penggunaan metode ceramah dikombinasikan dengan memanfaatkan laptop dan LCD untuk menayangkan materi *powerpoint* yang dilengkapi dengan gambar-gambar, termasuk penayangan *video* cara mengisi deskripsi/profile membuat tagline, menjadikan akun bisnis, penyematan link website, pemaksimalan story highlight, dan strategi pemaksimalan konten Instagram. Pemanfaatan laptop dan LCD membantu peserta pelatihan lebih mudah memahami penggunaan dan pemanfaatan sosial media Instagram, mengingat materi pelatihan relatif banyak dan waktu pelatihan yang terbatas.

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan suatu kegiatan yang telah dilakukan. Adapun skema kegiatan pengabdian masyarakat disajikan pada berikut ini:



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tabel 1. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

No.	Rencana Kegiatan	Jadwal Kegiatan
1.	Rapat Koordinasi TIM PKM Unv. Dian Nusantara	05 Oktober 2021
2.	Observasi Masyarakat (Pemuda/i usia 18-25 Tahun) dan Lingkungan	15 Oktober 2021
3.	Koordinasi dengan RT dan RW Setempat	28 Oktober 2021
4.	Penyuluhan Materi Kepada Masyarakat Secara <i>Online</i> Melalui <i>Zoom Meeting</i> sebanyak 20 Peserta (Pembahasan Mengenai Peningkatan Kesadaran Pemasaran di sosial media)	23 November 2021
5.	Penyusunan Laporan	02 Desember 2021
6.	Pengiriman Laporan Akhir PKM	10 Desember 2021

HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan Program Pengabdian Kepada Masyarakat di RW 05 Kelurahan Tanjung Duren Utara berjalan dengan baik. Program Pengabdian berupa kegiatan pelatihan penjualan menggunakan media sosial menggunakan media Instagram secara organik. Kemudian memberikan alternatif pemasaran bagaimana memanfaatkan Instagram untuk berjualan secara efektif, karena Instagram saat ini salah satu sosial media yang terbesar di *online*. Instagram merupakan salah satu channel yang *low budget* tapi bisa mendapatkan *high income*, artinya para pelaku UMKM tidak perlu keluar dana yang besar banget untuk memulai tapi bisa cepet dapat konsumen. Survei orang yang sukses di bisnis online dari 10 ada 8 orang yang menjawab mereka sukses berjualan menggunakan media instagram. Jadi sudah terbukti bahwa instagram sangat cocok sekali untuk anda berjualan. Hal ini dipicu dengan rendahnya kesadaran masyarakat pelaku UMKM dalam memahami peranan sosial media yang dapat menunjang pemasaran produk atau jasa. Melihat kondisi seperti ini menjadi pertimbangan untuk mencari cara yang tepat dalam mengelola hubungan dengan konsumen dengan keterampilan untuk menjaga loyalitas pelanggan, sehingga mampu memberikan keuntungan nyata bagi masyarakat dalam memasarkan dan memaksimalkan penjualan.

Dalam rangka mencari penyelesaian masalah pemasaran di era *digital communication* saat ini dan juga dikarenakan kondisi pandemik yang semakin sulit dalam melakukan pemasaran secara langsung, maka pada kegiatan pengabdian ini dilakukan pelatihan penjualan menggunakan media sosial menggunakan media Instagram secara organik sebagai tools/alat

untuk memaksimalkan pemasaran dan komunikasi dengan calon pelanggan atau pelanggan tetap melalui media *Zoom Meeting* dengan mengajarkan langkah-langkah dalam memaksimalkan berjualan di Instagram yang sudah terbukti digunakan para pelaku *digital marketer* saat ini untuk mendapatkan penghasilan tinggi dan penjelasan mengenai fitur-fitur di Instagram yang dapat dimaksimalkan untuk menunjang kegiatan bisnis UMKM. Kemudian juga memberikan contoh-contoh gambaran dan analisis pelaku bisnis yang menjalankan strategi Instagram marketing dalam mendapatkan pelanggan. Sehingga masyarakat dapat mencoba strategi yang sama yang sangat powerful untuk mendukung kegiatan para pelaku UMKM dengan harapan arahan yang diberikan dapat memberikan dampak baik untuk masyarakat di Kelurahan Tanjung Duren.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di RW 05 Kelurahan Tanjung Duren Utara dengan dihadiri sebanyak 25 peserta yang terdiri dari Warga RW 05 Kelurahan Tanjung Duren Utara dan Mahasiswa Universitas Dian Nusantara yang dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 25 Desember 2021 melalui aplikasi *Zoom Meeting*. Berikut ini adalah tahapan pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Tabel 2. Realisasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Tahap		Proses
1	Koordinasi dengan Ketua RW 05 dan Masyarakat	1. Pengabdian Masyarakat diawali dengan pemberian informasi secara lisan dari Tim Anggota Dosen yang disampaikan kepada Bapak RW 05 Kelurahan Tanjung Duren 2. Pada saat pelaksanaan, koordinasi dilakukan kembali kepada Bapak RW 05 dan masyarakat setempat
2	Pembukaan	Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dibuka secara resmi berupa kata sambutan yang disampaikan oleh Direktur LRPM Universitas Dian Nusantara yang dihadiri oleh para peserta pengabdian masyarakat melalui <i>Zoom Meeting</i>
3	Prose Kegiatan	1. Diawali dengan penyampaian materi dengan menjelaskan bagaimana memanfaatkan Instagram untuk berjualan secara efektif dan pelatihan penjualan dengan menggunakan menggunakan media sosial Instagram secara organik selama kurang lebih 20 menit. 2. Melakukan diskusi tanya jawab dengan peserta selama kurang lebih 10 menit 3. Pemberian ilustrasi melalui media video dan gambar tentang bagaimana penerapan strategi Instagram marketing yang sudah dilakukan para <i>digital marketer</i> saat ini
4	Penutupan	Kegiatan Pengabdian Masyarakat ditutup secara resmi oleh Kepala Prodi Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Dian Nusantara melalui <i>Zoom Meeting</i>

Melalui kegiatan ini, masyarakat RW 05 Kelurahan Tanjung Duren mendapatkan informasi tentang alternatif pemasaran bagaimana memanfaatkan Instagram untuk berjualan secara efektif di daerah pengabdian, yang secara tidak langsung juga memberdayakan masyarakat di lokasi pengabdian untuk memanfaatkan sosial media untuk lebih dimaksimalkan dalam memasarkan produk atau jasa secara mudah efektif dan efisien. Serta meningkatkan

kesadaran masyarakat di daerah pengabdian tentang pentingnya menjaga hubungan dengan konsumen dengan keterampilan untuk menjaga loyalitas pelanggan.

Penyampaian materi yang telah dilakukan di antaranya penjelasan cara dengan menjelaskan bagaimana memanfaatkan Instagram untuk berjualan secara efektif dan pelatihan penjualan dengan menggunakan menggunakan media sosial Instagram secara organik. Kemudian juga memberikan contoh-contoh gambaran bagaimana penerapan strategi Instagram marketing yang sudah dilakukan para *digital marketer* saat ini yang sangat powerful untuk mensupport kegiatan para pelaku UMKM dengan harapan pengarahan yang diberikan dapat memberikan dampak baik untuk masyarakat di Kelurahan Tanjung Duren.

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam pemasaran melalui sosial media Instagram dapat meningkatkan kesadaran masyarakatn tentang pentingnya keterampilan untuk memasarkan produk atau jasa secara digital terlebih saat dimasa pandemik agar menjadi solusi dalam mendapatkan penghasilan tambahan. Semua materi telah disampaikan oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Dian Nusantara dapat diterima serta dipahami oleh peserta dengan baik. Diharapkan, dengan adanya kegiatan ini, masyarakat mengetahui cara pengelolaan dan komunikasi yang efektif dengan pelanggan ataupun calon pelanggan melalui aplikasi sehingga dapat membantu perekonomian masyarakat menjadi lebih baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian dalam pembahasan, maka dapat disampaikan kesimpulan mengenai kegiatan pengabdian masyarakat di RW 05 Kelurahan Tanjung Duren Utara sebagai berikut:

1. Pemberian materi tentang bagaimana melakukan penjualan menggunakan media sosial menggunakan *channel* Instagram secara organik, khususnya para pelaku UMKM, serta gambaran bagaimana bagaimana penerapan strategi Instagram marketing yang sudah dilakukan para *digital marketer* saat ini dan terbukti sangat powerful untuk mensupport kegiatan para pelaku UMKM
2. Peningkatan pemahaman bagi peserta pelatihan dilakukan dengan metode presentasi melalui *Zoom Meeting* serta pemberian kesempatan untuk tanya jawab.

Saran mengenai kegiatan pengabdian masyarakat di RW 05 Kelurahan Tanjung Duren Utara sebagai berikut:

1. Untuk selanjutnya dapat dilakukan kegiatan pendampingan agar kegiatan ini dapat tetap berjalan.
2. Kegiatan webinar juga dapat dilakukan secara berkala.
3. Diharapkan masyarakat dan mahasiswa dapat mempraktikkan cara pengelolaan strategi digital marketing dengan menggunakan sosial media melalui *channel* Instagram.

DAFTAR RUJUKAN

- Ginting, R. 2010. Perancangan Produk. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Husein, U. 2000. Metodologi Penelitian: Aplikasi dalam Pemasaran. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir. 2006. Kewirausahaan: Edisi Revisi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kashmir dan Jakfar. 2003. Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2013. Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas: Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Basuki, K. (2019).Pengelolaan sampah Anorganik menjadi Barang Ekonomi : *Pengabdian Masyarakat.No.1, Januari – Juni 2019*
- Harimurti, S. M., Rahayu, E. D., Yuriandala, Y., Koeswandana, N. A., Sugiyanto, R. A. L., Perdana, M. P. G. P., Sari, A. W., Putri, N. A., Putri, L. T., & Sari, C. G. (2020). Pengolahan Sampah Anorganik: Pengabdian Masyarakat Mahasiswa pada Era Tatanan Kehidupan Baru. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 3, 565–572. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v3i0.883>
- Hati, R. P., Hidayat, M., Tempayan, K. B., & Aji, K. B. (2018). *10.33373/jmb.v2i1.2271*. 2(1), 20–32.
- Mansyur, M., & Latuconsina, S. (2007). Potensi Ekonomi Melalui Pengolahan Sampah Dalam Perspektif Islam. *Iqtisaduna, Vol 3 No.(POTENSI EKONOMI MELALUI PENGOLAHAN SAMPAH DALAM PERSPEKTIF ISLAM)*. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Iqtisaduna/article/view/4049>
- Maya, S., Haryono, S., & Kholisya, U. (2018). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengelolaan Sampah Menjadi Nilai Ekonomis dan Pembentukan Bank Sampah di Kelurahan Tanjung Barat. *Proceeding of Community Development*, 1(2), 157. <https://doi.org/10.30874/comdev.2017.21>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup
- Zairinayati, Z., Maftukhah, N. A., & Novianty, N. (2020). Pengelolaan Sampah Bernilai Ekonomi Berbasis Masyarakat. *BERDIKARI : Jurnal Inovasi Dan Penerapan Ipteks*, 8(2), 132–141. <https://doi.org/10.18196/bdr.8285>