

Peningkatan Kreativitas Membuat Macrame, Penentuan HPP, dan Tata Kelola Akun Shopee Sebagai Bekal Berwirausaha

Erlina Dewi Endah Amaliyah*¹, Bonita Prabasari², Andhy Tri Adriyanto³, Asih Niati⁴
Universitas Semarang¹²³⁴
erlina@usm.ac.id*¹

DOI : [10.26623/ji2e.v2i1.11312](https://doi.org/10.26623/ji2e.v2i1.11312)

Informasi Artikel:

Diterima : (27 Desember 2024)
Direview : (10 Januari 2025)
Disetujui : (30 Januari 2025)

*) Penulis Korespondensi

Keywords:

Macrame; Handicrafts; Housewives; Shopee Governance; Cost of Production

Abstract

Many housewives also have the potential to be entrepreneurs. However, there are still several things that need to be improved behind efforts to empower housewives. Among them is the need to channel the productivity of housewives through positive activities that can at the same time increase family income. Another problem is that family income is still not optimal to meet all family needs. As well as the lack of skills to sell products by utilizing the marketplace.

Paying attention to these problems, the Community Service team of the Faculty of Economics, University of Semarang feels the need to participate in making efforts that can help by: 1) providing creative economy training (Macrame handicrafts); 2) provide Shopee governance training as a means of selling Macrame handicrafts that can be sold as souvenirs and home decorations to be able to increase family income; and 3) Sharing about how to manage Shopee accounts to attract buyers and the determination of the cost of production.

Through activities to increase creativity in making Macrame handicrafts, calculating the cost of production, and managing Shopee accounts, it is hoped that the creativity and entrepreneurial spirit of the Housewives of Tlogosari Kulon Village will increase so that they will be more productive to increase family income. In addition, participants are also expected to be able to calculate the cost of production and improve the ability to sell handicrafts using the Shopee marketplace. So that housewives in Tlogosari Kulon Village can actively participate in increasing family income.

Kata Kunci:

Macrame; Kerajinan Tangan; Ibu Rumah Tangga; Tata Kelola Shopee; HPP.

Abstrak

Selain lihai mengatur rumah tangga, ibu-ibu rumah tangga juga banyak yang memiliki potensi dalam berwirausaha. Namun demikian, masih terdapat beberapa hal yang perlu ditingkatkan yang melatarbelakangi upaya pemberdayaan ibu-ibu rumah tangga. Diantaranya adalah perlunya menyalurkan produktivitas ibu-ibu rumah tangga melalui kegiatan positif yang sekaligus dapat menambah pendapatan keluarga. Masalah lainnya adalah pendapatan keluarga yang masih belum optimal untuk memenuhi segala kebutuhan keluarga. Serta kurangnya ketrampilan menjual produk dengan memanfaatkan *marketplace*.

Memperhatikan permasalahan tersebut, maka tim Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Ekonomi Universitas Semarang merasa perlu untuk turut serta melakukan upaya-upaya yang dapat membantu dengan cara: 1) memberikan pelatihan ekonomi kreatif yaitu membuat kerajinan tangan Macrame bagi ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Tlogosari Kulon; 2) memberikan pelatihan tata kelola Shopee sebagai sarana penjualan hasil kerajinan tangan Macrame yang dapat dijual sebagai souvenir, cinderamata, maupun hiasan rumah untuk dapat meningkatkan pendapatan keluarga; serta 3) Sharing tentang bagaimana mengelola akun Shopee untuk menarik pembeli produk hasil karya ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Tlogosari Kulon serta penentuan harga pokok produksi (HPP).

Melalui kegiatan peningkatan kreativitas membuat kerajinan tangan Macrame, penghitungan harga pokok produksi, serta tata kelola akun Shopee ini diharapkan kreativitas dan semangat kewirausahaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Kelurahan Tlogosari Kulon semakin meningkat sehingga semakin produktif dalam upaya meningkatkan pendapatan keluarga. Selain itu, peserta juga diharapkan mampu menghitung harga pokok produksi serta meningkatkan kemampuan menjual hasil kerajinan menggunakan *marketplace* Shopee. Sehingga ibu-ibu rumah tangga Kelurahan Tlogosari Kulon dapat turut aktif meningkatkan pendapatan keluarga.

1. PENDAHULUAN

Ibu rumah tangga tidak hanya bergantung pada suami, tetapi juga turut berperan aktif dalam berbagai bidang kehidupan baik bidang sosial, kehidupan, politik, maupun ekonomi (Kameli and Julisanita, 2023). Selain lihai mengatur rumah tangga, ibu-ibu rumah tangga juga banyak yang memiliki potensi dalam berwirausaha (Hidayati and Handayani, 2022) (Az'mi *et al.*, 2023). Potensi tersebut perlu dibantu untuk dapat berkembang dengan memberikan pelatihan dan menambah wawasan mereka dengan berbagai kegiatan. Diantaranya adalah kegiatan pelatihan membuat kerajinan tangan. Sehingga ibu rumah tangga dapat turut serta membantu suami dalam memenuhi segala kebutuhan keluarga yang saat ini tentu tidak memerlukan biaya yang sedikit.

Seorang ibu rumah tangga juga mampu memberi dukungan nyata dalam meningkatkan perekonomian keluarga (Rahmadieni *et al.*, 2022). Hal ini semakin menjadi keharusan sebab kebutuhan hidup yang semakin tinggi (Kameli and Julisanita, 2023). Salah satu cara untuk meningkatkan perekonomian keluarga adalah dengan mengembangkan usaha-usaha kecil dan menengah kebawah. Ibu rumah tangga dapat bekerja di rumah dan mencoba mengambil peluang usaha melalui hasil kreasi kerajinan tangan yang bernilai jual.

Kelurahan Tlogosari Kulon adalah salah satu Kelurahan di Kota Semarang. Masalah yang seringkali dialami oleh ibu-ibu rumah tangga di wilayah ini adalah: 1) produktivitas ibu-ibu rumah tangga yang perlu disalurkan melalui kegiatan positif yang sekaligus dapat

menambah pendapatan keluarga; 2) pendapatan keluarga yang masih belum optimal untuk memenuhi segala kebutuhan keluarga; serta 3) kurangnya ketrampilan menjual produk dengan memanfaatkan *marketplace*.

Memperhatikan permasalahan tersebut, maka tim Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Ekonomi Universitas Semarang merasa perlu untuk turut serta melakukan upaya-upaya yang dapat membantu mengatasi masalah tersebut, yaitu dengan cara: 1) memberikan pelatihan ekonomi kreatif yaitu membuat kerajinan tangan Macrame bagi ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Tlogosari Kulon; 2) memberikan pelatihan tata kelola Shopee sebagai sarana penjualan hasil kerajinan tangan Macrame yang dapat dijual sebagai souvenir, cinderamata, maupun hiasan rumah untuk dapat meningkatkan pendapatan keluarga; serta 3) Sharing tentang bagaimana mengelola akun Shopee untuk menarik pembeli produk hasil karya ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Tlogosari Kulon serta penentuan harga pokok produksi (HPP). Hal ini dilakukan sekaligus untuk menepis pandangan yang menganggap ibu rumah tangga kurang mandiri secara finansial (Rahmadieni *et al.*, 2022).

Pelatihan yang akan dilakukan adalah membuat kerajinan tangan Macrame. Macrame merupakan kerajinan tangan dari seni anyaman aneka macam simpul pada tali atau kain yang dibentuk hingga menghasilkan pola tertentu (Najwa, 2024). Terdapat berbagai bentuk kreasi Macrame yang memiliki daya jual mulai dari hiasan dinding, gantungan pot, gelang, gantungan kunci, tatakan gelas, aksesoris baju, tas, sarung bantal, taplak, gordena, boneka, dan lain sebagainya. Macrame dipilih karena memiliki berbagai kelebihan, diantaranya: 1) dapat dibuat dari berbagai jenis bahan mulai dari benang katun, kain, dan tali rafia; 2) tidak memerlukan alat khusus; 3) alat dan bahan mudah diperoleh; 4) dapat dikreasikan menjadi berbagai bentuk yang menawan; 5) tahan lama; 6) adanya trend dekorasi rumah ala Skandinavian dan Bohemian yang memberikan kesan khas vintage yang banyak diminati saat ini.

Kemudian, peserta juga diberikan materi tentang bagaimana menentukan harga pokok produksi (HPP) untuk produk kerajinan tangan Macrame mereka. Perhitungan HPP sangat penting untuk menetapkan harga jual dengan tepat. Sehingga dapat menghasilkan laba yang optimal bagi suatu usaha (Riyanto and Sulau, 2022). Biaya produksi terdiri dari biaya-biaya untuk membuat produk seperti biaya bahan baku, serta biaya overhead pabrik tetap, dan biaya overhead pabrik variabel (Dariana, 2020).

Perkembangan industri kreatif saat ini juga tak lepas dari teknologi. Banyak pelaku usaha industri kreatif yang menawarkan produknya melalui media sosial (Lestari *et al.*, 2024). Sehingga untuk mampu bersaing, pelaku usaha harus merubah cara pandang yang sebelumnya tradisional menjadi digital (Wahidahwati *et al.*, 2023). *Digital marketing* dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan penjualan, serta dapat digunakan untuk menjaga hubungan dengan pelanggan secara efektif dan efisien (Amaliyah and Prabasari, 2021). Oleh karena itu, ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Tlogosari Kulon juga akan dibekali informasi mengenai tata kelola Shopee untuk dapat menarik pelanggan. Sebab,

penggunaan *marketplace* ini akan sangat membantu dalam memperluas pasar serta mendukung kegiatan penjualan dengan lebih baik. *Marketplace* adalah sarana yang mempertemukan pembeli dan penjual secara online (Wijaya, Fauziah and Pangastuti, 2021). Meskipun demikian, transaksi dilakukan secara nyata. *Marketplace* mampu mempermudah transaksi menjadi lebih efektif dan efisien, memperluas pemasaran, hingga dapat meningkatkan penjualan produk.

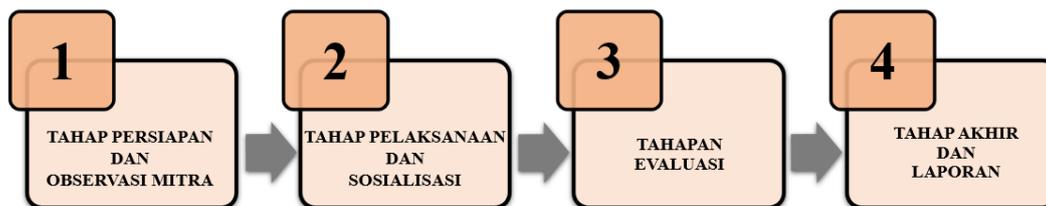
Guna memaksimalkan penggunaan Shopee sebagai media *marketplace* maka akan diberikan informasi mengenai tata kelola Shopee untuk dapat menarik pelanggan, diantaranya: 1) bagaimana caranya supaya produk dapat muncul pada pencarian teratas di Shopee; 2) bagaimana membuat tampilan produk menjadi lebih teratur; 3) bagaimana menampilkan promo produk; 4) bagaimana menunjukkan produk terlaris pada setiap kategori produk. Dengan demikian diharapkan kinerja toko online di platform Shopee dapat meningkat. Sebab, visibilitas dapat meningkat, sehingga menarik minat pembeli yang akhirnya akan meningkatkan penjualan.

Shopee dipilih sebagai media yang akan digunakan sebab Shopee memiliki jumlah pengunjung yang sangat banyak di Indonesia (jika dibandingkan dengan *marketplace* lainnya seperti Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak) (Julianto, 2023). Sebab, Shopee memiliki kemudahan dalam menggunakan fitur-fitur yang ada di dalamnya. Selain itu juga mudah diakses (Rahmawaty, Sa'adah and Musyafaah, 2023), serta layanan yang diberikan juga baik. Tampilan Shopee *user friendly* sehingga pengguna mudah melakukan aktivitas penjualan dan pembelian (Julianto, 2023). Terlebih lagi, Shopee dapat diakses dan dioperasikan hanya dengan *smartphone*.

Peningkatan peran ibu-ibu rumah tangga Kelurahan Tlogosari Kulon dalam upaya turut serta meningkatkan pendapatan keluarga melalui kegiatan pelatihan membuat kerajinan tangan Macrame dan tata kelola akun Shopee ini dipilih guna meningkatkan kreativitas dan jiwa berwirausaha ibu-ibu Kelurahan Tlogosari Kulon. Selain itu juga untuk meningkatkan kemampuan mengelola akun Shopee untuk menarik pembeli yang akhirnya akan meningkatkan penjualan toko. Dengan peningkatan penjualan toko diharapkan dapat meningkatkan pendapatan keluarga. Sehingga pada akhirnya ibu-ibu rumah tangga mampu turut berperan aktif dalam meningkatkan pendapatan keluarga.

2. METODE

Kelurahan Tlogosari Kulon memiliki jumlah penduduk 32.605 jiwa dengan jumlah RT sebanyak 251, dan RW sebanyak 28 (*Ensiklopedia Dunia: Tlogosari Kulon, Pedurungan, Semarang, 2024*). Kegiatan ini akan menggandeng ibu-ibu pengurus RW sebanyak 28 peserta. Dengan harapan ketrampilan membuat Macrame ini nantinya akan dapat ditularkan kepada warga RW lainnya. Gambar 1. akan memberikan gambaran dan penjelasan akan alur proses pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.



Gambar 1. Diagram Alur Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Tahap Persiapan dan Observasi Mitra

Langkah awal yang dilakukan oleh Tim Pengabdian adalah melakukan observasi kepada mitra untuk menentukan permasalahan yang dihadapi. Observasi ini dilakukan menggunakan metode wawancara. Wawancara dilakukan dengan Lurah Tlogosari Kulon bapak Hananto Lesworo, S.H., M.M. yang mengungkapkan bahwa ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Tlogosari Kulon perlu diberikan tambahan pelatihan ekonomi kreatif untuk menyalurkan produktivitas mereka. Kemudian, perlu juga diberikan tambahan ketrampilan menjual produk melalui *marketplace* sehingga dapat digunakan untuk menjual berbagai produk karya mereka. Dengan kemampuan berkreasi dan menjual produk secara digital, diharapkan pada akhirnya ibu-ibu rumah tangga dapat turut meningkatkan pendapatan keluarga.

Langkah selanjutnya, Tim PkM menyusun proposal kegiatan kerjasama dengan Kelurahan Tlogosari Kulon. Kelurahan Tlogosari Kulon dipilih karena lokasinya yang dekat dengan Universitas Semarang. Sehingga mudah dijangkau oleh Tim PkM. Selain itu, Kelurahan Tlogosari Kulon juga memiliki komitmen yang sama dengan Tim PkM yaitu meningkatkan kreativitas, kemampuan tata kelola *marketplace*, serta ketrampilan berwirausaha bagi ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Tlogosari Kulon.

Tahap Pelaksanaan dan Sosialisasi

Pelaksanaan kegiatan Peningkatan Kreativitas dan Tata Kelola Akun Shopee sebagai Bekal Kewirausahaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Kelurahan Tlogosari Kulon akan dilaksanakan pada bulan Januari 2024 di Kelurahan Tlogosari Kulon. Tim Pengabdian akan mendatangkan pelatih membuat kerajinan tangan Macrame. Alat dan bahan membuat kerajinan juga akan diberikan oleh Tim. Selain itu, materi terkait tata kelola Shopee yang baik agar visibiliti produk meningkat juga akan diberikan. Peserta akan diberikan modul singkat sebagai sarana supaya penyampaian materi dapat lebih efektif. Perhitungan harga pokok produksi (HPP) produk kerajinan tangan Macrame yang akan dijual juga akan disampaikan kepada peserta. Sehingga peserta dapat menentukan harga jual yang sesuai dengan biaya bahan baku, BOP variabel, dan BOP tetap yang dikeluarkan serta keuntungan yang diharapkan. Tak lupa juga memperhatikan persaingan harga dengan produk lain. Kegiatan dilakukan secara bersama-sama dengan durasi \pm 3 jam. Tak lupa, peserta juga akan diminta untuk mengisi kuesioner *pretest* dan *posttest* untuk mengukur tingkat pemahaman peserta.

Tahap Evaluasi

Sebelum dilakukan pelatihan, peserta diminta untuk mengisi kuesioner *pre-test* untuk melihat kemampuan peserta sebelum diberikan pelatihan. *Pre-test* merupakan metode pengujian yang diberikan sebelum berlangsungnya penyampaian materi untuk mendapatkan gambaran sejauh mana penguasaan materi peserta pelatihan (Magdalena et. al., 2021). Kemudian evaluasi keberhasilan peserta dalam mempraktikkan materi dilakukan selama sesi berlangsung melalui tanya jawab terkait tata kelola akun Shopee yang baik. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui pengisian kuesione *post-test*. *Post-test* merupakan tes yang dilaksanakan pada akhir proses pembelajaran. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana peningkatan keterampilan dan pengetahuan peserta setelah diadakannya pelatihan. Apabila peserta lebih memahami materi setelah diberikan pengajaran maka dapat dikatakan program pembelajaran tersebut berhasil (Magdalena et. al., 2021). Peserta yang masih belum paham, dipersilakan bertanya dan dibimbing oleh pemateri hingga paham.

Tahap Akhir dan Laporan

Tahapan akhir dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat adalah tahap pelaporan. Tim pengabdian kepada masyarakat akan menyusun pelaksanaan kegiatan pengabdian secara komprehensif dimulai dari usulan kegiatan Pengabdian Kepada masyarakat hingga pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dalam bentuk laporan tertulis. Diharapkan kegiatan Pengabdian Kepada masyarakat ini dapat memberikan kontribusi dalam peningkatan kreativitas dan tata kelola akun Shopee sebagai bekal kewirausahaan ibu-ibu rumah tangga Kelurahan Tlogosari Kulon. Sehingga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan keluarga secara mandiri. Hal ini sangat perlu dilakukan untuk mewujudkan kesejahteraan dan ketahanan keluarga-keluarga di Kelurahan Tlogosari Kulon.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan peningkatan kreativitas, penentuan HPP, dan tata kelola akun Shopee bagi ibu-ibu rumah tangga Kelurahan Tlogosari Kulon ini dilakukan secara offline dan bertempat di aula kantor Kecamatan Tlogosari Kulon. Rencana kegiatan akan dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 7 Januari 2025 mulai pukul 09.00 hingga 12.00 WIB. Peserta adalah ibu-ibu PKK di Kecamatan Tlogosari Kulon sejumlah 30 orang. Kegiatan dikemas dalam bentuk pemaparan materi tentang penentuan harga pokok produksi dan tata kelola akun Shopee yang baik. Selain itu juga dalam bentuk praktik membuat kerajinan tangan Macrame.

Kegiatan diawali dengan sambutan ketua PKK dan juga ketua tim pengabdian sekaligus pembukaan. Kemudian dilanjutkan dengan agenda inti yaitu pemaparan materi tentang penentuan harga pokok produksi dan tata kelola akun Shopee yang baik oleh tim

dosen FE USM. Sebelumnya, peserta diminta untuk mengisi pre-test untuk mengetahui kemampuan mereka dalam memahami perhitungan HPP dan pengelolaan akun Shopee. Setelah itu, peserta diberikan *hardcopy* panduan tutorial pengelolaan akun Shopee guna mendukung mereka dalam memahami materi yang disampaikan. Pemaparan Materi Penentuan HPP produk dilakukan oleh ibu Bonita Prabasari, S.Pd., M.Ak. Dilanjutkan dengan pemaparan materi tentang tata kelola akun Shopee yang baik oleh Dr. Andhy Tri Adriyanto, S.E., M.M. Kemudian peserta juga akan dibekali dengan ketrampilan membuat kerajinan tangan Macrame yang akan dipandu oleh Silvia Echa Marsha. Selama kegiatan berlangsung, peserta dapat bertanya langsung kepada tim pengabdian kepada masyarakat apabila ada hal yang tidak dipahami. Sebelum kegiatan berakhir, peserta diberikan memberikan post-test untuk mengerahui peningkatan kemampuan peserta setelah dilaksanakan kegiatan pelatihan tentang penentuan harga pokok produksi dan tata kelola akun Shopee yang baik. Acara diakhiri dengan penutupan dan sesi foto bersama.



Gambar 1. Tim PkM Bersama Lurah dan Ibu-ibu PKK Kelurahan Tlogosari Kulon



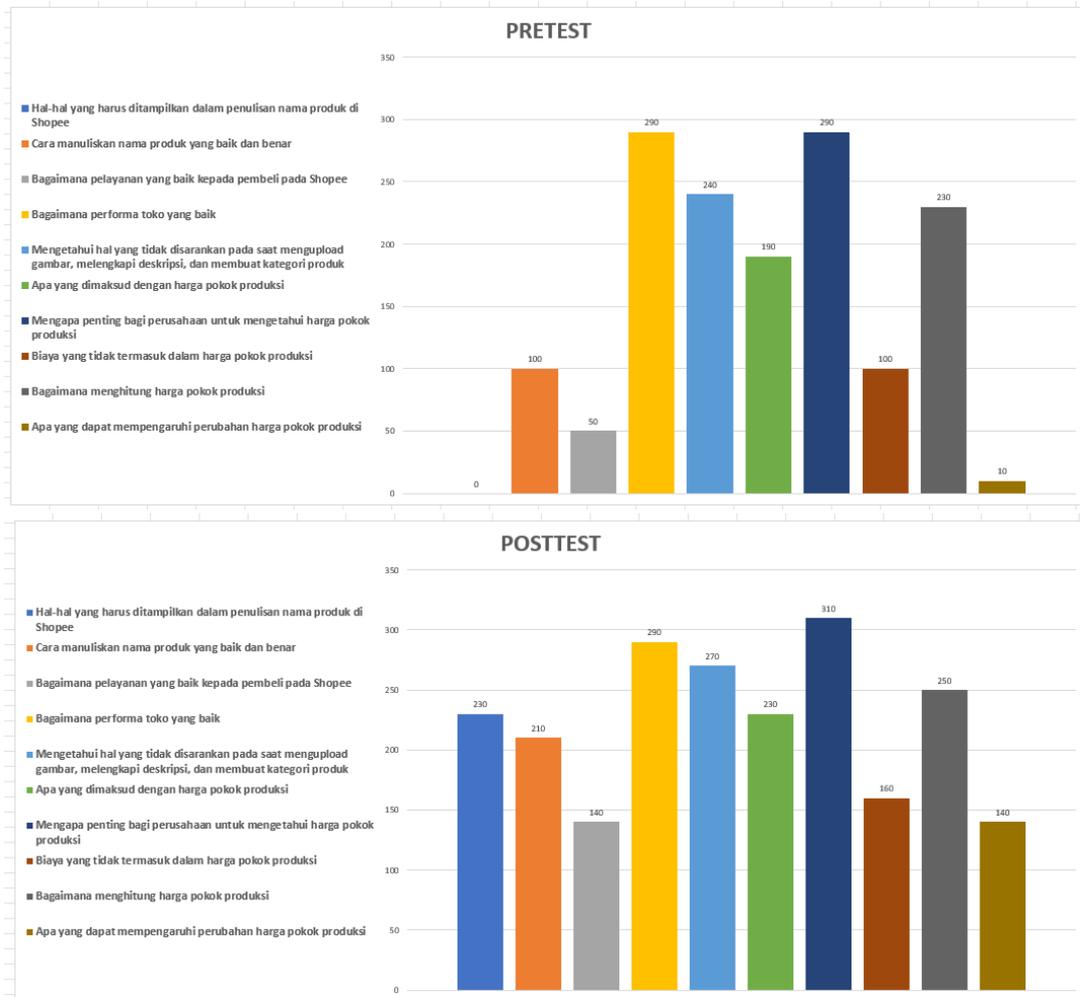
Gambar 2. Penyampaian Materi Tata Kelola Akun Shopee dan Penentuan HPP



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan Membuat Macrame Ibu-ibu PKK Kelurahan Tlogosari Kulon

Respon positif peserta dan peningkatan pemahaman mereka tentang informasi yang diberikan menjadi salah satu indikator keberhasilan kegiatan PkM (Sugiyanta *et al.*, 2023). Hasil pre-test dan post-test peserta menunjukkan bahwa secara keseluruhan terdapat peningkatan pemahaman peserta tentang penentuan harga pokok produksi dan tata kelola akun Shopee yang baik. Pemahaman peserta mengenai hal-hal yang harus ditampilkan dalam penulisan nama produk di Shopee, bagaimana membuat nama produk yang baik dan benar, bagaimana pelayanan yang baik kepada pembeli pada Shopee, bagaimana performa toko yang baik, apa yang tidak boleh dilakukan pada saat mengupload gambar, melengkapi deskripsi, dan membuat kategori produk, apa itu harga pokok produksi, mengapa penting bagi suatu usaha untuk menghitung HPP, apa saja

komponen biaya dalam HPP, bagaimana menghitung HPP, serta mengetahui apa saja yang mempengaruhi perubahan HPP.



Gambar 4. Hasil Pretest dan Posttest

4. PENUTUP

Para peserta sangat antusias mengikuti seluruh rangkaian kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Hal ini terlihat dari hasil pre-test dan post-test peserta menunjukkan bahwa secara keseluruhan terdapat peningkatan pemahaman peserta tentang penentuan harga pokok produksi dan tata kelola akun Shopee yang baik. Peserta telah memahami hal-hal yang harus ditampilkan dalam penulisan nama produk di Shopee, bagaimana membuat nama produk yang baik dan benar, bagaimana pelayanan yang baik kepada pembeli pada Shopee, bagaimana performa toko yang baik, apa yang tidak boleh dilakukan pada saat mengupload gambar, melengkapi deskripsi, dan membuat kategori produk, apa itu harga pokok produksi, mengapa penting bagi suatu usaha untuk menghitung HPP, apa saja komponen biaya dalam HPP, bagaimana menghitung HPP,

serta mengetahui apa saja yang mempengaruhi perubahan HPP. Sehingga hal-hal ini dapat dipraktikkan secara langsung dalam kegiatan usaha mereka. Pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan pendapatan keluarga secara mandiri dan kesejahteraan serta ketahanan keluarga-keluarga di Kelurahan Tlogosari Kulon dapat terwujud.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Semarang yang telah memberi dukungan financial terhadap pengabdian ini. Selain itu juga terima kasih kepada Lurah Tlogosari Kulon beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan izin untuk pelaksanaan kegiatan ini sehingga dapat berjalan dengan baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliyah, E.D.E. and Prabasari, B. (2021) 'IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA KOMUNITAS PETANI TANAMAN HIAS DUSUN TARUKAN', *Jurnal Tematik*, 3(2), pp. 252 – 257.
- Az'mi, Y.U. *et al.* (2023) 'Upaya Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga di Perum Griya Surabaya Asri Yang Bertujuan Memotivasi Kewirausahaan Mandiri', *Journal of Human And Education*, 3(3), pp. 200–203. Available at: <https://www.jahe.or.id/index.php/jahe/article/download/356/205>.
- Dariana, D. (2020) 'Penetapan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Kain Tenun Songket Melayu', *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)*, 4(2), pp. 258–270. Available at: <https://doi.org/10.46367/jas.v4i2.247>.
- Ensiklopedia Dunia: Tlogosari Kulon, Pedurungan, Semarang (2024) Pusat Ensiklopedia Stekom.* Available at: https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Tlogosari_Kulon,_Pedurungan,_Semarang.
- Hidayati, R.A. and Handayani, A. (2022) 'Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Di Kabupaten Gresik (Pendekatan Pada Ibu-Ibu Aisyiyah Kab. Gresik)', *Dedikasimu: Journal Of Community Service*, 4(1), pp. 43–55. Available at: <https://journal.umg.ac.id/index.php/dedikasimu/article/view/3790>.
- Julianto, J. (2023) 'Manajemen Bisnis pada Toko Online Halo Jaket Bandung dengan Penerapan Strategi Penjualan Produk pada Platform Shopee', *Jurnal Andromeda*, 1(1), pp. 42–50. Available at: <http://e-journal.iainptk.ac.id/index.php/andromeda/article/view/2110#>.
- Kameli, E. and Julisanita, I. (2023) 'Faktor-faktor yang Memotivasi Partisipasi Kerja Ibu Rumah Tangga dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga', *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), pp. 9–19. Available at: <http://e-journalppmunsa.ac.id/index.php/jeb/article/view/1149/1137>.
- Lestari, E.P. *et al.* (2024) 'Penguatan Ekonomi Masyarakat Melalui Platform Industri Kreatif', *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 5(1), pp. 354–364.
- Magdalena, I., Annisa, M. N., Ragin, G., & Ishaq, A. R. (2021). Analisis penggunaan teknik pre-test dan post-test pada mata pelajaran matematika dalam keberhasilan evaluasi pembelajaran di sdn bojong 04. *Nusantara*, 3(2), 150-165.

- Najwa, H. (2024) *Apa Itu Seni Makrame: Definisi dan Teknik Pembuatannya*, *Telkom University*. Available at: <https://bcaf.telkomuniversity.ac.id/apa-itu-seni-makrame-definisi-dan-teknik-pembuatannya/>.
- Rahmadieni, R.Y. *et al.* (2022) 'Pemberdayaan Kewirausahaan Rumah Tangga Melalui Pelatihan Kerajinan Tangan Macrame', *Transformatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), pp. 23–34. Available at: <https://doi.org/10.22515/tranformatif.v3i1.5383>.
- Rahmawaty, I., Sa'adah, L. and Musyafaah, L. (2023) 'Pengaruh Live Streaming Selling, Review Product, Dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee', *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), pp. 80–93. Available at: <https://journal.umg.ac.id/index.php/jre/article/view/5956>.
- Riyanto, A. and Sulau, C.P. (2022) 'EDUKASI PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI PADA HASIL KERAJINAN TANGAN IBU-IBU DASAWISMA KELURAHAN MUGIREJO', *Jurnal Pengabdian Kreativitas Pendidikan Mahakam (JPKPM)*, 2(2), pp. 2–5. Available at: <https://jurnal.fkip-uwgm.ac.id/index.php/jpkpm/article/view/1266/671>.
- Sugiyanta, S. *et al.* (2023) 'Integrated Digital Marketing Sebagai Solusi Peningkatan Pendapatan Makanan Kecil Khas Daerah (MKKD) Sentra Industri Brem Wonogiri', *Surya Abdimas*, 7(1), pp. 94–104. Available at: <https://jurnal.umpwr.ac.id/index.php/abdimas/article/view/2438/1491>.
- Wahidahwati, W. *et al.* (2023) 'Penerapan Platform Digital Marketing Shopee Bagi Umkm Kota Surabaya', *Adimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), pp. 95–100. Available at: <https://doi.org/10.24269/adi.v7i2.6684>.
- Wijaya, A.L., Fauziah, M.N. and Pangastuti, P.K. (2021) 'Pelatihan Pengemasan Produk dan Pengelolaan Akun Marketplace pada Usaha Mikro "Namida" Masker Magetan', *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), pp. 150–154. Available at: https://doi.org/10.32764/abdimas_ekon.v2i3.2122.